

**Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України
Житомирський державний університет імені Івана Франка**

Кириченко В.В.

ОСОБИСТІСТЬ У СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Монографія

**Житомир
Вид-во ЖДУ ім. І. Франка
2020**

УДК 159.9
К13

*Рекомендовано до друку Вченою радою Житомирського державного
університету імені Івана Франка
(протокол № 2 від 31 січня 2020 року)*

Рецензенти:

- Козловець М.А.** доктор філософських наук, професор, професор кафедри філософії та політології Житомирського державного університету імені Івана Франка
- Костюченко О.В.** доктор психологічних наук, доцент, професор кафедри психології Київського національного університету культури і мистецтв
- Плохін В.В.** доктор психологічних наук, професор, професор кафедри психології розвитку і соціальних комунікацій Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К. Д. Ушинського

Кириченко В.В.

К13 Особистість у сучасному інформаційному суспільстві: монографія – Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2020. – 245 с.

ISBN 978-966-485-257-6

В монографії представлені результати емпіричних досліджень, які розкривають проблему становлення картини світу особистості в сучасному інформаційному суспільстві. Поглиблено наукову концептуалізацію психологічної детермінації функціонування особистості у віртуальному інформаційному просторі. Представлено стратегіальну модель взаємодії особистості з цифровим інформаційним простором, розроблену в межах наукової школи В.О. Моляко.

УДК 159.9

ISBN 978-966-485-257-6

© Кириченко В.В., 2020

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	5
КАРТИНА СВІТУ СУЧАСНОЇ ОСОБИСТОСТІ: ВИКЛИКИ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ХХІ СТ.	8
На шляху до інформаційного суспільства: історико-психологічний аналіз глобалізації суспільних відносин	9
Науково-психологічна концептуалізація поняття «картина світу»: основні механізми та закономірності розвитку на рівні масової та індивідуальної свідомості	27
Інформаційна діяльність суспільства в системі державних відносин. Формування картини світу пересічної особистості в медіасередовищі та психологічна природа функціонування засобів масової інформації	37
Соціально-психологічні механізми формування картини світу особистості. Стратегіальна організація особистісного світосприйняття	50
ВЗАЄМОДІЯ З ЦИФРОВИМ ІНФОРМАЦІЙНИМ ПРОСТОРОМ ТА ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІРТУАЛІЗАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ	64
Психологічні проблеми життєдіяльності особистості в інформаційному просторі. Екологічні аспекти інформаційної безпеки суспільства	65
Соціалізація особистості в інформаційному суспільстві. Психологічна феноменологія соціальної віртуалізації та прояви Internet залежності	73
Рольовий аспект інформаційної взаємодії особистості	95
Засоби масової інформації та віртуальні соціальні мережі як ресурси конструювання картини світу особистості	111

СТРАТЕГІЇ ОСОБИСТІСНОГО СВІТОСПРИЙНЯТТЯ. ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА В УМОВАХ СВІТОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	126
Стратегії пізнання світу: науково-методологічний екскурс у проблему. Дослідження стратегіальних особливостей взаємодії особистості з цифровим інформаційним простором	127
Особистість в умовах інформаційного хаосу та суспільної невизначеності. Соціокультурні дискрети життєвого шляху особистості	157
Критичність мислення в умовах глобалізації інформаційного середовища. Завдання медіаосвіти та медіапсихології на сучасному етапі розвитку суспільства	169
Інформаційна культура особистості. Розвиток інформаційної культури у представників соціономічних та технономічних професій	188
ПІСЛЯМОВА	211
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	214

ПЕРЕДМОВА

Блага, якими користуються сучасні люди, стали можливими за рахунок зміни еволюційної ролі знань у процесі розвитку. Найбільш цінним та найбільш небезпечним ресурсом на Землі стала інформація, яка перетворилася на гігантську субстанцію, що складається з величезної сукупності інформаційних мереж, які формують «розумове поле» Землі (В.І. Вернадський, Е. Леруа, В.О. Моляко, П.-Т де Шарден, К. Ясперс).

Наприкінці XIX – на початку XX ст. з'являються перші філософські роботи, в яких відмічається прихід епохи, коли усіма процесами соціальної життєдіяльності буде керувати «інформаційний капітал» (Е. Беллами, Ф. Бекон, М. Вебер, Ю. Габермас, О. Шпенгер). На той час це були майже футуристичні передбачення про світ майбутнього, в якому будуть зруйновані традиційні межі етнодержавного поділу, який буде позбавлений обмежень соціальної поляризації, що є характерним для індустріального (сировинного) суспільства. В середині XX ст. починає викристалізовуватися цілісна концепція функціонування нового типу суспільства, в основі якого лежить інформаційна діяльність як суспільно-інтегруючий вид активності (Д. Белл, Е. Тоффлер, У. Ліпман, І.С. Шкловський, М.Л. Смольсон, Л.В. Яроцький). Автори концепції інформаційного суспільства Д. Белл, Е. Тоффлер та У. Ліпман характеризують її як епоху хаосу та невизначеності, зокрема вказується на те, що пересічна людина стає заручником інформаційної мережі у її глобальних масштабах та поступово екстраполює психічні акти життєдіяльності у віртуальний цифровий світ. Основи концепції інформаційного суспільства пов'язані з визнанням найвищою цінністю знань та еволюції людини в напрямку оперування цими знаннями для вирішення поточних завдань. Це вимагало кардинальної зміни моделі суспільних та державних відносин, зміни принципів організації спільної діяльності, які регулювали життєдіяльність особистості, починаючи з появи виду *homo sapiens*. Опираючись на концептуальні положення теорії соціокультурного антропогенезу Б.Ф. Поршнєва, ми визнаємо, що система соціальних взаємовідносин індивіда, як і ціннісно-сміслова модель його світу, формується в суспільній системі координат «я-ми-вони». Колективна та індивідуальна картина світу є результатом узагальнення суспільного досвіду, на основі чого виробляється відповідна стратегія взаємодії з комунікатором, а отже і спосіб взаємодії з контентом, який він транслює. Стратегії особистісного світосприйняття слугують людині стабілізаторами взаємодії з інформаційним середовищем. Глобальний плин інформації та необхідність щоденно споживати величезні масиви контенту з метою задоволення різних потреб вимагають миттєвого реагування на зміст відповідно тієї ситуації та рольової позиції, яку займають суб'єкти інформаційного процесу (В.О. Моляко, К.А. Абульханова-Славська, В.І. Іноземцев, І.С. Шкловський). Особливістю сучасного інформаційного суспільства, яке визначається високим ступенем соціальної

віртуалізації, є перманентна динаміка рольових позицій суб'єкта соціальних відносин в умовах суспільної публічності. У системі цифрових соціальних мереж, інформаційної інфраструктури великих мегаполісів у сучасної людини залишається дедалі менше особистісного простору для репрезентації власної індивідуальності «Я», тому вона повинна постійно відповідати на очікування середовища та керуватися колективною картиною світу у процесі життєдіяльності (Ч. Кулі, У. Ліпман, Н. Луман, А.І. Лучкіна, А.Ю. Шеманов, А.І. Шафоростов, Я. Усуда). Змінилися принципи налагодження соціальної комунікації, а, отже, і соціокультурні чинники формування картини глобалізованого світу, яка концептуально відрізняється від картини світу індустріального суспільства тим, що її основою є не соціально-перцептивний досвід індивіда, а колективний досвід, соціально схвалювана інтерпретація подій, явищ, які становлять її основу (Т. Адорно, В. Гумбольдт, П. Лазарсфельд, Т. Дрідзе, А.Є. Жичкіна, С.А. Зеленський, Л.І. Ладига, Г.Г. Почепцов, А.В. Чистяков, В.Д. Черноіваненко).

У ХХІ ст. з'являється новий вид інформаційних мереж, які відрізняються від попередніх традиційних ЗМІ: Internet та віртуальні соціальні спільноти. Вони були результатом технологічної глобалізації Світу, та утворили нові, принципово інші, ніж державні чи етнонаціональні об'єднання, взаємозв'язки між членами суспільства. На їх теренах діють інші закони життєдіяльності, цифрова мережа стала зручним простором життєдіяльності для більшості людей, які відчували психологічний дискомфорт у реальному, фізичному середовищі (А. Голдберг, М.О. Носов, А.В. Чистяков, К. Янг). Сучасне інформаційне суспільство – це світ, створений за образом та подобою людини. Передбачається, що перебування в ньому вимагає специфічних форм адаптації, які до цього були освоєні лише незначною частиною суспільства. У нашій роботі ми намагаємося дослідити, чи готові пересічні люди до життєдіяльності в умовах інформаційного суспільства, чи розвинені у них базові особистісні та професійні компетенції, які дозволяють успішно функціонувати в інформаційному суспільстві, не піддаючи небезпеці психічне та фізичне здоров'я. Не дослідженою, на нашу думку, є проблема стратегічної організації особистісного світосприйняття та проблема взаємодії особистості з іншими суб'єктами у глобальному цифровому інформаційному середовищі. Ми розкриємо функціональну природу інформаційної культури, яка, окрім раціонального сприйняття та обробки інформації, має ще і інші соціально важливі функції – уніфікації соціального сприйняття та формування громадського ставлення.

Однією з актуальних причин необхідності дослідження проблем світосприйняття особистості у сучасному інформаційному суспільстві є зміна його соціокультурної та геополітичної інфраструктури, які на тлі суспільних трансформацій України, починаючи з 2005 року, та прагненні до об'єднання з Європейським цивілізаційним простором зумовили зміни

механізмів формування картини світу особистості на соціокультурному та загальнодержавному рівні. Події, які відбулися у 2013-2014 років, змусили українців відмовитися від старих моделей сприймання та того досвіду науково-культурної діяльності, який був накопичений до цього. Кардинальна відмова від старого та соціально-психологічні труднощі інтеграції до нового культурного простору, зумовили хаотизацію психічної життєдіяльності особистості, призвели до суспільної та світоглядної дезорієнтації. Останніми роками під керівництвом В.О. Моляко в межах його концепції творчої конструкторії виконано низку досліджень, які стали підґрунтям цієї роботи. Вперше на теренах незалежної України було піднято проблему функціонування особистості в умовах інформаційного хаосу та суспільної невизначеності.

КАРТИНА СВІТУ СУЧАСНОЇ ОСОБИСТОСТІ: ВИКЛИКИ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ХХІ СТ.

На шляху до інформаційного суспільства: історико-психологічний аналіз глобалізації суспільних відносин

Динаміку розвитку сучасного суспільства можна охарактеризувати як рух з прискоренням. З геометричною прогресією збільшується кількість населення Землі, соціальних осередків, культур та субкультурних утворень; зменшуються грані невідомого, недослідженого, що змушує так чи інакше бути у контексті тих соціально-економічних та глобалізаційних процесів, учасником, а часом і заручником яких є пересічна людина. У вирі інформації, як сукупності знань і світоглядних уявлень самої людини та людства загалом, суб'єкт соціальних відносин, постійно перебуває під її тиском. Знання до останнього часу розцінювалися як абсолютне благо для людства. Проте суспільна практика останніх років свідчить, що вони не лише «світло, яке показує дорогу», у деякий момент вони можуть осліпити, зробити безпомічним, у врешті-решт, знання можуть неоправно нашкодити здоров'ю людини та її психічному благополуччю. Сучасне інформаційне середовище стає дедалі агресивнішим, інформаційні потоки, за рахунок сучасних медіа, мають більшу інтенсивність та мобільність, а тому інформація дістається свого адресата набагато швидше, ніж він може нормально її опанувати та інтегрувати у власну картину світу.

Швидкість передачі інформації та розширення меж інформаційного поля з яким взаємодіє пересічний суб'єкт соціальних відносин посилюють інтеграційні зв'язки між людьми, а тому зникають ментальні та етнокультурні відмінності членів інформаційного простору. Глобалізаційні процеси у галузі інформаційних відносин пришвидшили загальноєвропейську інтеграцію країн Західної та Центральної Європи, об'єднання країн Сходу та Африки. **Основною властивістю сучасного інформаційного суспільства є глобалізація особистісного світосприйняття, включення пересічної людини у загальнопланетарний контекст, розширення меж відомого та кількості тих елементів, які включені у картину світу як внутрішнього координатора активності людини.**

Поява інформаційного суспільства є логічним продовження тривалої історії еволюції людського виду. Історія суспільного розвитку – це історія людського бажання побудувати світ за «своїм образом та подобою», адаптувати його для своїх потреб, що має на меті глибинно дослідити та описати. Неминучість суспільної трансформації під впливом постійного, катастрофічного збільшення інформації передбачали Е. Беллами («Погляд назад», 1888), «Майбутній вік», 1891)), Ф. Бекон («Нова Атлантида», вид. 1978)), М. Вебер («Господарство і суспільство», вид. 1998)), Ю. Габермас («Теорія комунікативної дії», вид. 1993)), В.І. Вернадський («Філософські думки натураліста», вид. 1988), «Деякі слова про ноосферу», 1944)), О. Шпенглер («Захід Європи», вид. 1998)) [31; 34; 54; 59; 60; 69; 371]. Концептуальні уявлення про соціально-психологічні закономірності

організації інформаційного суспільства закладені в роботах Д. Белла («Соціальні рамки інформаційного суспільства», 1986)), З. Бжезинського («Велика шахівниця», 1998)), У. Ліпмана («Громадська думка», 2004)), Е. Тоффлера («Шок майбутнього», 2002), «Третя хвиля», 2004) [33;198;320;36]; починає підійматися проблема можливої у майбутньому еволюційної нездатності людини сприймати й обробляти інформацію, кількість якої з кожним роком постійно збільшується. Досліджуючи окремі аспекти інформаційних відносин, вчені передбачали появу суспільства, центральним елементом якого буде інформація та мережа зв'язків між її структурними блоками, які визначатимуть взаємовідносини між усіма його учасниками.

Еволюція людства, як і інших живих організмів, пов'язана з розвитком здатності сприймати, акумулювати і відтворювати інформацію. Це дозволяє людині зберігати адаптивні властивості, необхідні, в першу чергу, для виживання у цьому світі, а вже в подальшому – для його перетворення. **Зникнення цієї здатності або неспроможність оперувати величезними масивами інформації може бути причиною зникнення людства** (І.С. Шкловський «Всесвіт, життя, розум», 1987)) [369]. У роботі «Філософські основи інформації» Л.В. Яроцького та Л.Л. Левченко (2007) здійснюється теоретико-методологічна концептуалізація ідеї інформаційної першопричинності будь-якого соціального, культурного, економічного, біологічного, фізико-хімічного явища [190], розглядається проблема «верховенства інформації»¹, яка дає можливість крізь призму еклектичного узагальнення природничих та гуманітарних наук дати відповідь на питання: чому людству як біологічному та соціальному виду життєво необхідно зберігати, реагувати (декодувати) та продукувати знання.

Еволюційний шлях інформаційного суспільства починається з усвідомлення людською популяцією важливості знань та накопиченого досвіду для суспільного розвитку (О.П. Пунченко) [269]. Таким чином, ми можемо констатувати, що **інформаційне суспільство як результат його еволюції, відображає природну іманентну властивість будь-якої живої організованої системи продукувати, зберігати та передавати інформацію.**

¹ Л.В. Яроцький обґрунтовує ідею всесущості інформації, яка є необхідною умовою існування будь-якої матерії. Власне існування людської популяції (як і будь-якої матеріальної форми всесвіту) можливе лише за збереження природної людської можливості продукувати інформацію (зберігати гнучкість відносно умов навколишнього середовища - еволюціонувати), передавати інформацію та зберігати її. Популяція виду залежить від збереження на генному рівні програми розвитку та здатності цієї програми змінюватися залежно від умов навколишнього середовища. Зміни у структурі ДНК виникають як результат природної еволюції та пристосування до навколишнього середовища, або у результаті мутації під впливом світлових, хімічних, радіаційних та інших чинників. Таким чином, на теоретичному рівні було доведено дві основні форми розвитку будь-якої системи – еволюційний та революційний (мутаційний), причому автор говорить про **зміни як неминучий етап розвитку**. Соціальні системи, які не готові до адаптування неминучих змін опинаються на порозі революції: невідкладної необхідності розвиватися та змінюватися.

Популяція виду залежить від збереження на генному рівні програми розвитку та здатності цієї програми змінюватися залежно від умов навколишнього середовища. Зміни у структурі ДНК виникають як результат природної еволюції та пристосування до навколишнього середовища або у процесі мутації під впливом світлових, хімічних, радіаційних та інших чинників. Еволюційна поява тропізмів відображає здатність живих організмів реагувати на важливу для збереження життя інформацію про властивості навколишнього середовища. Подразливість є вищою формою відображення інформації про оточуючий світ та полягає у здатності живої матерії адаптувати свій фізичний стан до умов середовища. Поява рефлекторної діяльності розширює пристосувальні можливості живих організмів. Таким чином, виникає можливість збереження та передачі складної послідовності рухів (безумовних рефлексів), які мають життєво важливе значення. На вищих еволюційних рівнях у тварин з'являється можливість збереження умовних рефлекторних ланцюжків та елементарного навчіння.

Важливою еволюційною властивістю психіки є здатність до збереження інформації та її «кодування-декодування», що дало можливість не лише **зберігати унікальний досвід, а й переймати його в інших суб'єктах соціальних відносин** [260]. На певному етапі розвитку, людська спільнота відчула необхідність матеріального збереження інформації про оточуючий світ. У примітивний спосіб первісні люди намагалися зафіксувати успішні способи розв'язання побутових завдань: полювання, приготування їжі, способи соціально-економічної взаємодії (торгівля, шлюбні відносини, міжгрупова взаємодія) (Б.Ф. Поршнев, О.О. Потєбня) [259; 261]. На початкових етапах суспільного розвитку важливе значення у первісних культурах мала рухова символіка як спосіб передачі інформації. Окремими рухами кінцівок тулуба, голови, передавалась важлива для життя спільноти інформація: позначення джерела небезпеки, напрямку руху, знаряддя праці. Освоєння ритуального танцю мисливця, збирача відбувалося з метою передачі елементарної знакової системи рухів, яка використовувалася, наприклад, у процесі полювання, збирання їжі, обслуговуючої діяльності, військової справи, передачі емоційних переживань, ставлення до предметів культури та інших людей [224]. Предмети матеріальної культури мали не лише функціональне значення, а й використовувалися у якості засобу інформування оточуючих про істотні індивідуальні якості та властивості. У період культури палеоліту формується уявлення про єдність людини та природи, спорідненість фізичних та духовних якостей тварини та окремих індивідів. Культурна символіка епохи тотемізму базується на відображенні у предметах матеріальної культури тваринних зображень як способу фіксації об'єктивних фізичних властивостей людини. Тотем у якості зображення на шкірі, одязі, у вигляді амулету, позначав фізичні властивості особистості або її функціональний стан. Це було свого роду культурним вираженням соціального маркування, яке інформувало інших людей про істотні властивості людини (можливості: полювати, збирати, лікувати;

функціональні стани: вагітність, старість, емоційні переживання). 3. Фройд у роботі «Тотем і табу» (1913) вказує на властивість культурних форм стримувати інстинктивну поведінку людини, таким чином, перетворюючи її з тварини на істоту соціальну [339]. В інформаційному полі соціальних спільнот з'являється інформація як погоджувального характеру («як робити»), так і інформація про існуючі заборони («чого робити не можна»). Таким чином, формуються перші правові та моральні норми, як на рівні світоглядних уявлень (релігії, вірування), так і законодавства та звичаєвого права. Дж. Адамопулос та У. Дж. Лоннер висувають наступні гіпотези щодо ролі культури у психологічній теорії еволюції суспільних відносин. Перша з них, розглядає культуру як систему дозволів та схвалення; друга – як фактор обмеження поведінки та систему обмежуючих норм [266]. Як спосіб «кодування» інформації, у процесі еволюції соціального середовища виникають мовні системи, які у наш час еволюціонували від схематичних зображень об'єктів зовнішнього світу («символ-об'єкт», «слово-об'єкт») до складних за морфологією мовних систем, які здатні описати різноманітні властивості об'єктів зовнішнього середовища та суб'єктивних переживань людини. Утворення інформаційного поля у межах територіального об'єднання індивідів на початкових етапах розвитку було викликано необхідністю забезпечення виживання виду² [335]. В. Гумбольдт вважав, що мова закладена в природу людини є її істотною властивістю, яка акумулює суспільний світогляд. Мова відображає суспільну історію народу, його трагедії та досягнення, специфіку національного характеру, традиційні форми діяльності, тому мови природньо відрізняються, оскільки «універсальні» знакові системи нівелюють століття суспільної еволюції [85]. Поряд з інформацією, яка обслуговує діяльність соціальної групи, люди починають акумулювати інформацію, яка виконує інтегративну (об'єднуючу) функцію (Г. Терборн) [312]. З'являються спільні вірування як спосіб пояснення явищ об'єктивної дійсності, спільні предмети матеріальної культури які свідчили не лише територіальну, а й про соціокультурну єдність групи.

Символічному наповненню культури як соціально-психологічному чиннику взаємодії людей були присвячені дослідження, виконані у межах

² Перша збережена людьми інформація стосувалася вирішення життєво важливих завдань, які вимагали складної підготовки, або мали розгалужений алгоритм для виконання. Петрогліфи печер біля міст Альта (Норвегія) та Ласко (Франція) містять сцени полювання на хижих тварин, ритуальних дійств, проте позбавлені традиційних для регіону зображень рибальства, збиральництва, або полювання на тих тварин, які були основою харчування. Сенс збереження інформації для первісної людини виникає у результаті колективного усвідомлення деструктивності щоденного емпіричного вивчення середовища і небезпечність таких «дослідів» для її життя і здоров'я. Збережена інформація при повторному сприйнятті, обробці та концентрації (перевірка досвідом) була основою вирішення типових завдань: наприклад, стратегію полювання на одного хижака (яку зображали у вигляді малюнку) можна було перенести на іншого, тим самим зменшуючи можливість виникнення небезпеки для життя, яка могли виникнути у випадку використання стратегії «проб та помилок».

символічного інтеракціонізму (Дж. Мід, Г. Блумер, І. Гофман, Ч. Кулі, К. Леві-Строс, Т. Шибутані) [8;179;367;397;415]. У рамках його було розкрито значення символіки та ритуального контексту у процесі формування суспільних відносин, організації суспільної життєдіяльності та унормування її змісту. Символ є універсальною одиницею спілкування та особистісного самоконструювання, він наповнює певні соціальні та індивідуальні види активності конкретним змістом, який однорідно інтерпретується у соціальному середовищі. З одного боку символізація взаємовідносин покращує взаємопорозуміння та комунікацію в суспільстві, проте з іншого – призводить до появи таких явищ як стигматизація, ярликування та рольова ригідність. Дж. Мід виокремлює дві форми взаємодії особистості з соціумом: позасимволічну взаємодію та символічну. Перший різновид стосується природи та живих організмів, які не володіють здатністю до оперування знаками, інший притаманний людині, яка формується у соціальному середовищі [8]. Соціалізація особистості, у межах символічного інтеракціонізму, полягає у засвоєнні основних символів культури свого соціального осередку та усвідомленні їх значення. Взаємодія та обмін суспільно-необхідною інформацією відбувається на основі тих значень, які є загальнодоступними та загальноживаними. Відхилення від суспільних норм пояснюється тим, що окремих суб'єкт або група суб'єктів надають іншого або доповненого значення окремим символам, що дисонує з суспільно-прийнятним, а отже порушує комунікацію та стосунки. Порушення норм – це спроба раціоналізувати індивідуальні або вузько групові значення, які не відповідають уявленням більшості, а отже сприймаються як ті, що загрожують стабільності існування культури загалом. Таким чином, у межах символічного інтеракціонізму простежується існування уявлень про діяльність людини в умовах певного поля культури, яке є універсальним лише для певного кола її носіїв. У роботах К. Леві-Строса «Міфологіка: походження застільних звичаїв» (2000), «Шлях масок» (2000), «Первісне мислення» (1994) аналізується суть походження символічного наповнення культури [186;187;188]. Звичай та міфи в ній виконують суспільно-необхідну функцію, хоча можуть видаватися дивними в контексті сучасності. Кожен елемент звичаєвого культури мав еволюційно-доцільне значення, забезпечував виживання виду та продовження популяції. Аналізуючи феномен соціальної ідентифікації, автор приходить до висновку, що рольові очікування та експектації необхідні для злагодженого та комфортного співіснування усіх членів спільноти. «Образ маски» у картині світу пересічної людини є універсальним, тому не можна порушувати їх загальногрупову логіку та структуру.

У часи соціальних загострень культура виконує функцію соціокультурного абстрактора істини. У всьому, що відбувається: війна, епідемія, стихійні лиха – є причина і є наслідок. Основне її завдання у періоди нагнітання соціальної напруги, проводити інтервенції інформації у вигляді знань, суджень та ставлення референтних для суспільства осіб (у

вигляді офіційних виступів, заяв, розпоряджень), які не завжди були детермінантами гуманної та просоціальної активності, проте завжди викликали прогнозовану реакцію у межах спільноти.

За класифікацією соціолога В.Я. Нечаєва у межах суспільної історії виокремлюється три основні хвилі розвитку, які пов'язані з удосконаленням інформаційних процесів у суспільстві та усвідомленням необхідності знань для суспільного прогресу: 1) виникнення загальносвітових релігій як способу символічної інтерпретації оточуючої дійсності, глобалізація на фоні загальносвітового поширення християнства 2) виникнення перших університетів та бібліотечних фондів, акумуляція книжкових знань, створення простору для передачі досвіду та інноваційної діяльності 3) створення потужної медіамережі та технологічних засобів, які дозволяють пересічній особистості здійснювати багатосторонню комунікацію та виступати у ролі суб'єкта інформаційного процесу [239].

Усвідомлення важливості збереження інформації та передачі накопиченого досвіду у межах територіального осередку (племені, держави) зумовили виникнення перших бібліотек. Це були спеціально відведені місця, які у деяких народів мали священне значення (можливо тому релігійні установи до початку епохи Відродження були основним сподвижниками науки та освіти)³. Потужні цивілізації стародавнього світу мали власні бібліотеки, які збирали писемні видання різних народів та культур. Однією з найбільших вважають Олександрійську бібліотеку, яка, по суті, була не лише книгосховищем імперії Олександра Македонського, а й першим науковим центром. До комплексу входили: житлові кімнати науковців, астрономічний центр, ботанічний сад, читальні зали. У Древній Греції у IV ст. було створено першу публічну бібліотеку, а в епоху Середньовіччя правилом хорошого тону серед монархів було мати при дворі або релігійній установі зібрання (колекцію) книг. Доступ до інформації у середньовічну добу мав «елітарний» характер⁴, що було пов'язано, по-перше, з освітніми можливостями культури: кількістю шкіл, якістю освіти; по-друге, з кількістю матеріальних носіїв інформації, їх якістю та когнітивною доступністю.

У християнській космогонії основним інструментом створення світу – є слово. Слово було у Бога, за образом і подобою якого створений світ і людина як вінець його роботи. Як елемент картини світу – Всесвіт, у свідомості людини, має смислову будову, усе багатство та різноманіття навколишнього світу вимірюється словесним багатством людини, її когнітивною складністю, здатністю словесно сприймати, а головне, відчувати

³ Печери м. Альти містять зображення широкого часового діапазону, дослідники схиляються до того, що останні з них стосуються XII-XIII ст. нашої ери. Печери у різні часи використовувалися для збереження важливої інформації, а той факт, що на місці не були знайдені залишки побутової діяльності (залишки скелетів тварин) свідчить про те, що виконували вони виключно цю функцію [105].

⁴ «Елітарність» доступу до інформації також визнається ООН проблемою сучасного глобалізованого світу

світ (В.О. Моляко) [216]. Сила слова – безмежна, воно не має ні часових, ні інших зримих кордонів. Воно може перенести почуття людей через роки, передати трагізм подій історичної давнини, дух епохи, красу природи, красу миті. Християнська філософія базується на уявленнях, які можна вважати філософськими пролегоменами інформаційного суспільства. Основою Всесвіту є Творець, який володіє «словом» і за задумом якого «створюється велика гармонія Всесвіту». Як і в часи закладення основ християнської філософії (3-4 ст. н.е.) пересічні члени сучасного інформаційного суспільства вірять у те, що «спочатку було слово». Релігійна космогонія пропонувала модель Всесвіту та порядку у ньому, що базувалася на гармонії, єдності та злагодженості усього, що нас оточує (В. Слободчиков) [289]. Єдності душі та тіла, добра і зла, Бога та Диявола, творця і творіння. Усе створено за задумом творця, і людина не виключення – створена за «його образом та подобою». Людина є творцем, а отже її завдання не споживати блага, які дає йому світ – а навпаки створювати, примножувати, перетворювати» (В.В. Кириченко) [13].

У процесі суспільної еволюції людства інформація стає основою соціальної взаємодії між людьми, а тому її доступність для членів соціальної групи **вже розцінюється не як можливість (привілей), а як нагальна необхідність** [399,398]. Розвивається освітня галузь, засновуються перші школи та університети, закріплюється право на здобуття освіти та доступ до знань. На ранніх етапах формування етнодержавні утворення відчують потребу у налагодженні постійного інформаційного зв'язку між своїми громадянами. Однаково «декодована» інформація може викликати, за принципом «стимул-реакція», однакову реакцію групи людей: таким чином, у результаті «правильного» інформаційного впливу на суспільство виникають спільні колективні дії (М. Вебер, Ю. Габермас, К. Мангейм, Ч. Тіллі) [55;67;206;428]. Пояснення феноменів людської поведінки у рамках символічного інтеракціонізму завжди торкалося проблем локалізації джерела символічної трансформації (П. Бергер, Т. Лукман). Людина відповідає не на об'єктивні реагенти зовнішнього середовища, а на його певне символічне пояснення. Залежно від того, яку модель ситуації вибудує індивід – такою буде його реакція [цит. за 385]. Саме тому основна мета зовнішнього стимулювання включення суб'єкта соціальних відносин у інформаційний простір – опанування єдиної системи символів сприйняття соціальної реальності. Зовнішньо регламентована інформатизація, джерелом якої є потреба суспільства в особі керівника (лідера) у передачі змісту, стосувалася життєво важливих завдань громади: спільної інтеграції (військова мобілізація, збирання повинностей), поширення інформації нормативно-регуляційного характеру. Розвиток суспільних відносин зумовлював необхідність існування не просто «джерела» інформації, яке б за необхідності міг використати кожен із членів соціальної групи, а створення спеціального соціального інституту, який точно і швидко розповсюдить інформацію серед усіх членів групи.

Рівневу ієрархію в інформаційному суспільстві визначають не соціально-групові відмінності, належність до окремого соціального класу, чи стратифікаційна диференціація групи осіб (раса, стать, професійна належність, вік), а інформація – доступ до неї, ставлення, можливість засвоєння. Перехід від постіндустріального суспільства до інформаційного ознаменований необхідністю оперування великими масивами інформації, передбачав В.І. Вернадський, обґрунтовуючи необхідність вивчення соціально-психологічного, духовного потенціалу еволюції людини [60]. Різноманіття духовних та культурних практик, наукових досягнень, інтенсифікація соціально-культурних зв'язків людства неминує транспонують видову біологічну еволюцію у площину соціального розвитку, таким чином, біосфера, так чи інакше неминує переходити у ноосферу – соціально-психологічний простір розвитку людини, який, по суті, є «інформаційною оболонкою» Землі [356]. Еволюційні процеси розвитку людського виду залежать від змін навколишнього середовища, а тому зміни інформаційного поля та готовності людини включитися у контекст інформаційних відносин, впливають на динаміку процесу соціальної еволюції. «Ноосфера є новим геологічним станом нашої планети. У ньому людина вперше стає значною геологічною силою. Вона може і повинна перебудовувати своєю працею та думкою сфери свого життя, перебудовувати в основі, порівняно з тим, що було раніше. Перед нею відкриваються все більш широкі творчі можливості. І можливо покоління моєї внучки наблизиться до їх розквіту»⁵ [59, с.116]. З. Бауман вважав, що основна відмінність між індустріальним та інформаційним, або постмодерним суспільством, полягає у зміні вектору особистісного самоконструювання: відхід від пошуку тотожності до пошуку відмінності. З іншого боку, пошук власної автентичності наражається на супротив культурної уніфікації та стандартизації, який не усі можуть подолати. Для більшості уявна боротьба за своєрідність та унікальність полягає у пошуку суб'єктивного внутрішнього відчуття можливості змінюватися і не переходить до активної фази його використання [25].

З початку XX століття починається підніматися проблема суспільних змін під впливом глобалізації, зокрема основна частина досліджень та теоретичних узагальнень стосується проблеми психологічної готовності до життєдіяльності в інформаційному світі. Появою інформаційного суспільства є початок виразного домінування, так званого четвертого сектору економіки після промисловості, сільського господарства та сфери послуг (В.Л. Іноземцев, Я. Усуда) [126;127;430]. Причому у частковому співвідношенні домінуючою, порівняно з капіталом і працею, є інформація як основа будь-якого суспільного процесу. Комунікація стає основою

⁵ Якими б не були футуристичними на той час (40-р. XX ст.) уявлення Володимира Івановича Вернадського про соціальну та культурну організацію ноосфери, покоління Тетяни Вернадської – його онучки, було свідком появи нового типу суспільства - інформаційного.

життєдіяльності людства, вона перетворюється з опосередковуючої та обслуговуючої у провідну активність цивілізованого світу. У зв'язку з цим постає питання спроможності сучасної людини (у деяких випадках – еволюційної здатності) здійснювати багаторівневу комунікацію, оперуючи велетенськими масивами інформації. Зростаючі темпи змін змушують особистість стикатися з великою кількістю ситуацій, в яких індивідуальний досвід не може бути використаний. З цієї причини виникає необхідність формування нової форми суспільного устрою: інформаційного суспільства, де центральним елементом є знання, акумульовані колективним суб'єктом соціальних відносин в процесі культурного філогенезу. В ході соціалізації відбувається поступове включення людини в соціальне інформаційне середовище, де вона черпає знання, які не є частиною її безпосереднього досвіду, а належать деякому «ми». Таким чином, основним джерелом формування картини світу у сучасному інформаційному середовищі є знання, які не пов'язані з особистим досвідом суб'єкта. У соціологічній концепції становлення особистості В.О. Ядова, значення соціального компонента у формуванні особистості є домінуючим над індивідуальним: базову програму розвитку закладає соціальне середовище, а суб'єкт соціалізації лише доповнює її та підлаштовує під власну індивідуальність у межах допустимої межі варіативності. Соціальний розвиток це, по суті, відображення у межах індивідуального життєвого шляху єдиної для усіх членів соціуму програми розвитку [378; 377]. У межах індивідуальної картини світу дорослої особистості формується стійка аперцепція свого майбутнього, яка має однорідну структуру, подібні за значимістю та суттю життєві події та програма життя⁶ [147; 175; 331].

Однією з характерних рис інформаційного суспільства є домінуюче панування досвіду «ми» над досвідом «я». Картина світу пересічної людини базується на стереотипах соціального сприйняття, які співвідносяться (або, принаймні, не дисонують) з досвідом «ми». Особистий досвід повинен відповідати груповому, інакше він може не увійти в смислову структуру картини світу. Як і в будь-якій соціальній системі, в інформаційному суспільстві існує міжгрупова поляризація. Групове співтовариство, яке виконує функцію противаги («ворога», «конкурента», «інакомислячих», «противника», «опонента»), є носієм анти досвіду, який не інтегрується в групову картину світу, але є його частиною як сталон того, що не повинно в бути в ній [143] (В.В. Кириченко).

⁶ Результати досліджень, проведених нами у 2008-2011 році нашоухують на думку про те, чи не намагається суспільство зовнішньо детермінувати розвиток особистості шляхом орієнтації її членів на низку заздалегідь підготовлених подій. У цьому закладається певна здатність до прогностичності поведінки особистості та її відповідність внутрішнім нормам культури. У межах суспільства така прогностичність є раціональною та перевіреною часом. У прогнозуванні майбутнього та рефлексії минулого пересічні люди прагнуть до групової однорідності. У їх картині світу життєвий шлях є наперед визначений, що дає можливість забезпечити стабільність функціонування у соціальному середовищі [135, 138].

У 1959 році на міжнародному соціологічному семінарі в австрійському Зальцбурзі доктор соціології, професор Гарвардського університету Д. Белл, у своєму виступі використав поняття «постіндустріальне суспільство». Основна ідея принципів суспільної організації у ньому полягала у прогресуючому збільшенні знань, які стають основою виробництва та сфер, які забезпечують його діяльність. Індустріальне або сировинне суспільство втрачало свої домінуючі позиції, що помітно по сукупному світовому ВВП найбільш інформаційно розвинених країн (США, Німеччина, Японія) та відставанні країн, які є найбільшими сировинними осередками (у першу чергу Росія та Китай)[32]. У 1966 році П. Друкер, американський економіст австрійського походження, запропонував поняття «суспільство знань» (knowledge society) та «інформаційний працівник» (knowledge worker), які розкривали суть суспільства, центральним елементом якого є інформація [101]. Незадовго до цього у 1958 році Е. Фром взяв участь у передачі відомого американського журналіста та телеведучого М. Уолеса «The Mike Wallace Interview»⁷. У ході інтерв'ю він окреслив основні особливості американського суспільства, які на сьогоднішній час можна екстраполювати на світове співтовариство загалом. Суспільство «споживачів» знаходиться у пастці ринкових відносин. Сучасна людина приречена на щоденне споживання товарів, у тому числі інформації (як одного з видів), яка в інформаційному суспільстві, у деякій мірі, прирівнюється до життєво важливих. Представники інформаційного суспільства звикли щоденно споживати інформацію різного змісту та різної якості, інколи сам процес споживання починає переважати над змістом завдань, з якими він пов'язаний.

Кожен член інформаційного суспільства має володіти базовими компетентностями, які допомагають обробляти інформацію. Суть прогресу зміщується з накопичення знань до накопичення їх носіїв (збільшенню їх кількості). Одночасно виникає необхідність контролю за знаннями та їх поширенням, а отже створення потужної інформаційної мережі. У суспільстві знань стираються фізичні кордони світу, у системі групової інтеграції вирішальними стають обмеження чи доступу до знань. Виходить на новий план загальносвітова війна за ресурси: знання та люди, (які володіють знаннями), є більш цінними ніж земельні ресурси та корисні копалини (для ілюстрації можна оцінити сукупний ВВП Росії та Японії). Е. Тофлер у своїй «Третій Хвилі» вказує на те, що інформація зменшує потребу у сировині і її цінність поступово втрачається навіть на фоні постійного зростання загальносвітових потреб. Знання надають ресурсу нової якості. На глобальному ринку трудової зайнятості працівник, який володіє інформацією та знаннями є ціннішим за того, хто переробляє ресурси або їх накопичує [320].

⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=1XG3vUPWws0>

Суперечливим до цього часу є авторство самого поняття «інформаційне суспільство», хоча однозначно, що основна ідея без термінологічного оформлення належить Д.Белу. Український дослідник О.Л. Мельник, посилаючись на дослідження різних років у тому числі апологетів концепції «інформаційного суспільства», приходять до висновку, що авторство визначення належить професору Токійського університету Ю. Хаясі (Yūjirō Hayashi), який використовував його на початку 60-х років у своїх доповідях для означення нового типу суспільних та економічних взаємовідносин. Проте, поняття було лише популяризоване ним, а першовідкривачем концепту «інформаційне суспільство» є професор Прінгстонського університету Ф. Махлуп, який вживав його у свої роботах з метою означення необхідності організації інформаційних потоків задля збереження конкурентоспроможного виробництва [208]. М. МакЛюен свого часу спрогнозував появу інформаційного суспільства через збільшення друкованих видань та доступності друкарства для громадськості (основний акцент полягав у видозміні друкарства та появи цифрової преси). У роботі «Розуміння медіа» (1994) він диференціює медіа на так звані «гарячі» та «холодні», які за його класифікацією відрізняються ступенем виключності суб'єкта в інформаційну діяльність: перші передбачають пасивне сприйняття інформації, яка швидко розповсюджується мережею та формує однозначне ставлення у пересічних громадян, та «холодні», які розраховані на поступове споживання контенту та його групове обговорення, що може привести до розподілу думок [413]. Зазвичай, після перегляду новин на телебаченні, у пересічних громадян формується однорідне ставлення до подій, які були висвітлені; водночас після індивідуального прочитання книги у громадськості складається індивідуальне ставлення до сюжету, головних героїв та задум автора. Український соціальний психолог В.М. Бебик дає наступне визначення інформаційного суспільства «під (ним) потрібно розуміти сучасне суспільство з високим рівнем інформаційної культури (створення, переробки та збереження інформації), яке характеризується: 1) здатністю продукувати усю необхідну для суспільства інформацію; 2) наявністю розвиненої інфраструктури суспільства; 3) високим рівнем доступу усіх членів до необхідної інформації; 4) великою частиною працездатного населення, що працює в інформаційному секторі економіки» [27,26]. В.Г. Воронкова пропонує диференціацію типів інформаційного суспільства, в основу якої закладено особливості інформаційно-комунікаційних зв'язків в суспільстві. З огляду на те, що спільнота інформаційного суспільства є дифузною у плані територіальної організації, кожен з типів інформаційного суспільства може функціонувати безвідносно до державного адміністративно-територіального поділу [66].

1) Модель «Силіконової долини» – це тип організації суспільних відносин, який обумовлюється економічними відносинами та ініціюється процесами виробництва. Інформаційні відносини у суспільстві підпорядковуються економічним.

2) «Сінгапурська модель» – тип інформаційного суспільства, який передбачає тотальний контроль за інформаційними процесами у суспільстві, чітко контролює процеси інформаційного обміну.

3) «Фінська модель» – відкрите суспільство, яке підтримує високий рівень суспільного добробуту, орієнтована розвиток особистості та забезпечення її базових потреб.

В. Пилипчук та О. Дзьобань піднімають проблему вартості інформації на ринку та спроможність її споживати представниками різних соціальних груп глобалізованого світу. «Інформація стала продуктивною силою і товаром, який продається й купується, одночасно будучи засобом захисту і нападу у відстоюванні державних, корпоративних і особистих інтересів суб'єктів владних відносин» [250, с.44] Інформація не є безкоштовною навіть в умовах життєдіяльності високорозвиненої та соціально-захисної спільноти; її поширення, циркулювання та збереження передбачає вкладання певних (як правило грошових) інвестицій. З огляду на це, інформаційна соціалізація – це процес, у якому зацікавлені у першу чергу суб'єкти, які вкладають у це ресурси. Світ стоїть на порозі нової суперечки за контроль над інформаційними ресурсами, їх потоками та глобальними транспортерами.

На початку ХХІ ст. піднімається проблема дослідження особистості, яка функціонує у межах інформаційного суспільства. Стрімкий науково-технічний прогрес призводить до появи суспільного явища перетину цивілізацій або типів суспільної організації: колоніальної, індустріальної та інформаційної. Різні епохи, як сукупність ціннісно-ідеологічних та культурних орієнтирів людства, перетнулися у межах одного часово-просторового континууму. Автори теорії поколінь Е. Хувер та У. Штраус приходять до висновку, що на відрізок одного століття зустрілися чотири різні цивілізації, представники яких мають значні соціально-психологічні відмінності [425]. Перше покоління ХХ ст. традиціоналісти (1925-1945) – люди, які є типовими членами індустріального суспільства, виробниками матеріальних благ, капіталістами (вкладниками капіталу у природні ресурси). «Бебі-бумери» (1946-1960) – післявоєнне покоління, яке звикло багато працювати, навчатися, вірило у глобалізацію та можливість утворення наддержави загальносвітового масштабу. Покоління «Х» (1961-1980) були типовими бунтарями та нігілістами, що було спровоковано тривалою консервацією суспільних відносин. Вони виражали супротив проти обмежень расового, гендерного, соціально-економічного характеру. Виразними представниками цього покоління були субкультури хіпі та панків. «Міленіали» або покоління «Y» (1981-1994) є типовими представниками епохи перехідного індустріалізму. Це люди, які вважають, що найкраще вкладати капітал в знання та освіту, багато подорожують, багато читають. Це перше покоління, яке розуміє силу і ціну інформації. Епоха міленіалів завдячує появі великих ІТ гігантів Adobe, Microsoft, Apple, Macintosh. Покоління «міленіалів» формує основу культури інформаційного

суспільства: відкритість інформації, доступність, можливість діалогу з автором, глобалізація інформаційного середовища. Покоління «Z» (з 1995) або як їх називають дослідники «digital natives», «Internet generation» або «screenster» є транскультурною генерацією людей, які одночасно функціонують в межах реального та цифрового світу [404]. Вони давно відчували переваги віртуального світу, тому усталенні цінності попередніх поколінь для них є чужими: вони не є типовими капіталістами (у звичайному розумінні) – некладають гроші у нерухомість, виробництво, коштовності. Вони мають у колі спілкування набагато більше віртуальних осіб ніж реальних⁸, відкриття і пізнання світу відбувається переважно у цифровій мережі шляхом споживання медіа контенту. Віртуальний та реальний світ для них слабо диференційованим, тому вони нерідко екстраполюють вигадані закономірності одного на фізичні реалії іншого. Психологія «міленіалів» та покоління «Z» відрізняється від попередніх поколінь епохи XX ст. та попередніх епох поєднанням віртуальної та реальної складової функціонування особистості, що формує специфічні соціально-психологічні властивості [427]⁹. Зокрема до них належать:

- 1) **Глобалізація особистісного простору та життєвого контексту.** Цифрове покоління вже не переймається проблемами та справами регіону й території, на якій вони фізично перебувають. Їх життєвий контекст, за рахунок інформаційно-комунікаційних засобів, постійно розширюється. «Міленіали» та покоління «Z» є громадянами світу, вони відкриті до нового досвіду та включення у нові соціальні співтовариства.
- 2) **Мотивація «на сьогодні».** Представники цього покоління не готові все життя працювати на одному місці, вони легко змінюють роботу, місце життя (регіон, країну), контактне середовище. Для них не болісно втратити друзів, контакт з близькими. Соціальні мережі дозволяють постійно перебувати на зв'язку та у контексті того, що відбувається поруч. Вони не живуть завтрашнім днем та некладають у свою старість, тому вигоду від зробленого вони прагнуть отримати вже сьогодні.
- 3) **Коротка увага та пам'ять.** Це покоління живе за законами стрічки новин соціальних мереж. Типовий представник цієї генерації щоденно споживає інформації більше ніж мешканець середньовічного міста за усе життя. Це призводить до того, що актуальним знання залишаються лише на короткий період, а їх значимість швидко знижуються. Представники покоління «Z» швидко сприймають, переробляють та

⁸ За даними інформаційно-аналітичного бюлетеня «Соціальні мережі як чинник інформаційної безпеки» (№1 від 03.01.2017) у переважній більшості користувачів соціальних мереж коло «віртуальних» друзів складають особи, з якими вони у реальному житті контактують лише у окремих ситуаціях або взагалі фізично не знайомі (від 40 до 85%).

⁹ Частина ідей використані з публічної лекції І. Ітльо, засновника СД Платформи в Україні «Хто вони міленіали?» (22 липня 2018 р., м. Одеса)

споживають інформацію, тому прагнуть, щоб усі технології, знання, факти були простими та доступними. Вони не читають так званих «лонгрідів» (long read) та надають перевагу коротким узагальненням суті інформаційного повідомлення.

- 4) **Цинізм.** Глобалізація життєвого контексту призводить до зміни традиційних форм реагування на трагічні події. Щоденні новини, популярна телевізійна культура, преса, література роблять такі явища як смерть, війна, насилля звичайними елементами життя. Психологічна неспроможність традиційного реагування на них спричинила появу таких психологічних рис як апатія, цинізм, меркантильність.
- 5) **Рівність усіх.** У межах покоління «міленіалів» та покоління «Z» різко знизився рівень соціальної дистанції. Соціальні мережі дозволили людям, які мають різний соціальний статус та рівень соціального забезпечення, взаємодіяти між собою на рівних умовах. У віртуальному середовищі на перший план виступає зміст інформації, який може об'єднувати або роз'єднувати людей. Їх обурює безпрецедентна дискримінація та приниження своїх прав, свобод та інших представників глобалізованого співтовариства.
- 6) **Бути у тренді.** Представники сучасного інформаційного суспільства мають досить високий рівень чутливості до думки оточення, яке за допомогою віртуальних соціальних мереж, має колосальні розміри. Це змушує молодих людей постійно орієнтуватися та вивчати тренди громадськості для того, щоб зрозуміти як правильно думати, одягатися, ставитися, діяти у тому чи іншому випадку. Сучасні представники інформаційного суспільства звикають до того, що публічна частина їх життя є домінуючою по відношенню до приватної. Тому, будь-яка дія чи вчинок здійснюються під прицілом того: «а як до цього поставиться більшість?».
- 7) **Низька релігійність.** Представники цифрової епохи відрізняються від своїх попередників високим рівнем релігійного та звичаєвого нігілізму. Вони більшою мірою покладаються на власні сили, співтовариство віртуального світу ніж на Бога. Вони вкрай рідко відвідують церкву, не сповідують релігійних культів, а за більшістю фактів об'єктивної реальності бачать наукові закономірності, а не Божий задум чи Його волю.

Виокремлені соціально-психологічні характеристики представників цифрової епохи покращують розуміння закономірностей та принципів формування їх картини світу. У першу чергу, це постійна орієнтація на цифрову спільноту та соціальні мережі, які стають чи не основним виміром існування людини. Цифрова мережа віртуалізує соціально-психологічні процеси, які притаманні сучасному суспільству. Як зазначає М.О. Носов у роботі «Віртуальна психологія» (2000), майже усі типові способи міжгрупової взаємодії, форми індивідуальної та колективної соціальної активності існують у віртуальній площині. «У віртуальній реальності образи

внутрішнього світу нічим не відрізняються від образів зовнішнього. За умов відсутності спеціальних міток, які вказують до якого світу – зовнішнього чи внутрішнього належить образ, людині досить легко помилитися, де відбулася подія – у світі, створеному нею, чи у зовнішньому світі» [241, с.62]. На рівні індивідуальної свідомості, події та вчинки, які відбувалися за лаштунками екрану монітора комп'ютера, можуть функціонувати як реальні вчинки, скоєні у фізичній площині. Пересічні члени сучасного інформаційного суспільства нерідко стають жертвами «віртуального насилля», «віртуальної депресії», «віртуального згвалтування», «віртуальної ігрової, наркотичної, сексуальної залежності». У віртуальному середовищі можна товаришувати, об'єднуватися, здійснювати соціокультурну самоідентифікацію, одружуватися, народжувати дітей та помирати. Непоодиноким явищем виявився феномен «віртуального самогубства та віртуальної смерті» як способу розірвання зв'язку з цифровим інформаційним середовищем а також віртуального переродження – відновлення активності у цифровій соціальній мережі. З появою розгалужених інформаційних мереж, виникає новий вид спільноти, який об'єднується у віртуальному медіапросторі. Незважаючи на територіальну віддаленість, люди об'єднуються, використовуючи сучасні цифрові інтерактивні технології, які дозволяють не лише спілкуватися у мережі, а й виконувати спільні колективні дії. Сучасні соціальні мережі дозволяють сконструювати цифрову модель реальної особистості. Цифровий відповідник реального «Я», наприклад, на сторінці Facebook, може бути позбавленим негативних рис, фізичних та психологічних вад, які роблять, на думку людини, її соціально меншовартісною, порівняно з іншими. У соціальній мережі особистість сама створює себе, і хоча це можливо й в об'єктивній реальності, у віртуальному просторі стати «сміливим», «добрим», «розумним» можна набагато швидше, ніж у реальному житті.

Світогляд особистості, яка соціалізувалася в межах інформаційного суспільства, та механізми формування її картини світу матимуть суттєві відмінності від представників тих поколінь, які існували до його появи. Його різницю можна означити, у першу чергу, розмитістю соціокультурних ідентифікаторів у цифровому середовищі та постійною зміною ідентифікаційних орієнтирів (З. Бауман, Л.В. Баєва, О.С. Білоусов, А.А. Чернов) [21; 24; 39; 357]. Інформаційне суспільство, які і будь-яка цивілізаційна форма існування людей, не є явищем суто матеріального характеру. Помилково вважати його сукупністю телекомунікаційних засобів, серверів, Internet-ресурсів. Унікальність сучасного історико-цивілізаційного періоду полягає у спільному співіснуванні представників різних поколінь, які не є наступниками один одного чи сторонами культурної конфронтації. Носії культури індустріального та інформаційного суспільства живуть та функціонують поряд, проте мають суттєві соціально-психологічні відмінності пізнання світу: власне, предметне поле поняття «світу» для них залишається відмінним – для одних він залишається у предметах матеріальної культури, фізичних об'єктах, предметних стосунках з іншими

суб'єктами, для інших концепція світу включає духовні надбання, знання, факти, які пов'язують цей світ з ними.

У 2003 році вперше на міждержавному рівні було порушено питання про необхідність побудови інформаційного суспільства. На Всесвітній зустрічі на вищому рівні по питанням інформаційного суспільства (м. Женева) 161 держава світу підписали стратегічні документи «Декларацію принципів побудови інформаційного суспільства – глобальне завдання у новому тисячолітті» та «План дій», які містили основні принципи діяльності інформаційного суспільства, план побудови та функціональні завдання [91]. Загалом, питання переходу від індустріального суспільства до інформаційного було ініційоване нерівномірністю доступу до інформації, що умовно розподіляло світову спільноту на тих, хто мали необмежений доступ до інформації (у тому числі першочергове право доступу до інформації) та тих, які мали обмежений доступ до актуальних знань. «Технологічний розрив» різних країн світу, який у XX ст. набув колосального значення, змушує цивілізований світ підтримувати базові культурні уявлення в населення Землі [387]. Тому (що зазначено у прийнятих документах), насамперед, програма націлена на втілення культурних заходів, надання доступу до засобів масової інформації, поширення інтернаціональних мов спілкування. У 2005 році було підписане «Туніське зобов'язання», у якому більшість країн світу підтримали те, що забезпечення доступу до інформації сприятиме економічному, соціальному та культурному розвитку країн світу. Особливо підкреслюється, що посилення інформаційних зв'язків покращить взаємопорозуміння між людьми різних рас, національностей, релігійних віросповідань тощо. У 2010 році в Національному інституті стратегічних досліджень України було оприлюднено доповідь щодо необхідності системного підходу у розбудові Українського інформаційного суспільства (Д.В. Дубов, М.А. Ожеван, С.Л. Гнатюк), який передбачав державну регуляцію розбудови інформаційної мережі, законодавчу підтримку інформаційного обміну між різними суб'єктами соціального середовища, забезпечення публічного доступу до інформації [102]. У цьому ж році було оприлюднено доповідь з проблем обороноздатності країни та необхідності підвищення інформаційної безпеки суспільства, можливості загрози інформаційної інтервенції, яка у 2014-2015 роках для України виявилася не футуристичним передбаченням, а реальністю сьогодення.

У наших роботах, виконаних під керівництвом академіка В.О. Моляко, ми звертаємо увагу на наступні соціально-психологічні особливості сучасного інформаційного суспільства [137; 139; 144; 145]:

- **глобалізація** картини світу пересічних громадян, розширення меж життєвого простору та формування необхідності бути у контексті подій та явищ, які безпосередньо не стосуються людини або на які вона не може безпосередньо впливати.
- високий рівень інформаційної **залежності** особистості, яка призводить до надмірного та ненормованого споживання інформації, що у свою

чергу дестабілізує її соціальну активність та взаємозв'язки з іншими суб'єктами соціальних відносин.

- **швидка зміна** інформаційного контенту (змісту) під впливом соціально-економічних трансформацій, геополітичних змін, науково-технічного прогресу, соціальних рухів та культурної еволюції.
- **хаотизація** інформаційних потоків та їх неконтрольованість (у деяких випадках); здатність будь-якого члена інформаційного суспільства бути джерелом публічного інформаційного контенту, що призводить до суб'єктизації змісту, який у певний момент може нашкодити психічному здоров'ю пересічних громадян.

Вище описані ознаки інформаційного суспільства є результатом стрімкої інтеграції людської спільноти у культурній, економічній, соціальній площині. Формування картини світу сучасної особистості відбувається в умовах тотальної інформатизації, яка спричинена загальними тенденціями світової спільноти до загальносвітової інтеграції. Глобалізація – це процес загальносвітового об'єднання з метою спільного вирішення нагальних проблем, об'єднання на основі спільних інтересів, створення середовища, комфортного для життєдіяльності людей, які підтримують спільні норми та цінності (Л.І. Ладиґа, А.Б. Добровольська, Г.І. Хільчевська, В.Г. Воронкова) [65; 73, 180; 350]. Збільшення території співіснування та формування глобальної культури, яка містить спільні для більшості елементи, неминуче призводить до збільшення частки інформації та знань, які необхідно засвоїти у процесі соціалізації пересічній людині. На думку І. Валлерстайна глобалізація розпочинається з епохи великих географічних відкриттів (XV-XVII ст.) та агресивної експансії культури західного католицького світу у Північній та Південній Америці [51]. Першочергова мета глобалізації світу це захоплення: спочатку нових територій, а згодом і потенційних носіїв культури агресора. У межах індивідуального життя людини відбувається постійне протистояння культур, ідеологій, які є результатом державного лібералізму, що зазнає наразі системної кризи (І. Валлерстайн «Після лібералізму», 2003) [52]. В умовах примусової інформатизації пересічна особистість відчуває додаткове навантаження на власну автентичність, перебуває у процесі пошуку себе та постійному конструюванні/реконструюванні світу, у якому вона перебуває.

Сучасне інформаційне суспільство в силу стрімкого науково-технічного та соціокультурного прогресу відрізняється від «суспільства знань» 80-х років XX ст. За рахунок швидкого освоєння технологій та засобів цифрового телекомунікаційного зв'язку, особистість певною частиною, опинилася не просто у просторі інформації, вона опинилася у просторі, який немає фізичних обмежень і функціонує за своїми особливими законами. Цифрове віртуальне середовище – це новий вимір існування людини, у якому інформація є основою усього, що її оточує: середовище, соціальні процеси, взаємодія. На сучасному етапі розвитку суспільство переживає глобалістичний шок, який пов'язаний з постійним змінами кордонів

соціокультурної ідентифікації. Відчуження від своєї тілесної основи провокує появу **homo virtualis** – людину віртуальну, яка намагається репрезентувати свою людську подобу у цифровому світі (У. Бек «Що таке глобалізація» (вид.2001)) [30]. Глобалізація ХХІ ст., яка відбувається на фоні суспільно-історичного протистояння інформаційного та індустріального суспільства, передбачає формування як усталеної, спільної для усіх представників спільноти картини світу так і анти-картини. Для того, що б зрозуміти «хто ми» пересічній особистості потрібно окреслити коло тих, хто відноситься до декого «вони», а оскільки у інформаційному суспільстві соціальні ідентифікатори є не стійкими елементами, вона постійно вивчає середовище, для того, щоб її світосприйняття було у межах загально групового схвалення. У процесі групового консолідування-диференціювання відбувається дифузне розчинення ідентичності, а отже неможливою є чітка світоглядна позиція людини у глобальному світі. Глобалізація, як соціокультурний процес суспільної інтеграції та удосконалення інформаційно-комунікативної мережі призвела до включення пересічної особистості у загальносвітовий інформаційний контекст. Це розширило культурні можливості реконструювання зовнішньої об'єктивної дійсності та призвело до збагачення картини світу елементами, які не входили у її безпосереднє сенсорне поле. Основою індивідуальної картини світу особистості у інформаційному суспільстві є досвід колективного суб'єкта соціальних відносин – знання, які не належать індивіду, проте імплементовані у повсякденній життєдіяльності.

Науково-психологічна концептуалізація поняття картина світу: основні механізми та закономірності розвитку на рівні масової та індивідуальної свідомості

Сучасне суспільство, за науковими концептуальними визначеннями науковців та громадських діячів, які розробляли цю проблематику починаючи з середини ХХ ст., є суспільством знань (Д. Белл, Г. Деборг, Е. Тофлер, П. Друкер, М. МакЛюен, З. Бжезінський, З. Бауман) [24; 32; 36; 90; 101; 413]. Життєдіяльність особистості у ньому стає більш поліфонічною у сенсі необхідності включатися у різноманітні за структурою та наповненням інформаційні потоки, продуктивно з ними взаємодіяти та координувати власну активність відповідно до тієї інформації, яку вона отримує. Інформаційне суспільство має розвинену мережу передачі контенту, яка забезпечує доступ до однорідного змісту усім його членам. Унікальність суспільних взаємовідносин полягає у домінуванні колективного досвіду, у формі накопичених знань, над індивідуальним перцептивним досвідом людини; розширенням можливостей пізнання світу засобами телекомунікаційного зв'язку та обміну досвідом з іншими членами спільноти у глобальному масштабі. Межі та форми картини світу, на рівні індивідуальної та групової свідомості, у інформаційному суспільстві є дифузними та не обмеженими конкретною культурою чи навіть історичною епохою. Руйнується константність групового світосприйняття за рахунок розширення можливостей пізнання світу.

Об'єднуючою характеристикою картини світу представників різних національностей різного часово-просторового континууму – є його завершеність. Для первісної людини світ закінчувався його печерою; у древньому Вавилоні вважали, що світ це велика гора, на захід від якого знаходиться сам Вавилон, а на схід – безкрає море, що впирається у небо; древні народи Індії вважали, що світ – це великий плоский диск, який тримають чотири слони, розвернуті у різні боки, які у свою чергу стоять на велетенській черепаші. Поняття «картина світу» зародилося у лоні суспільно-культурологічного знання, у межах якого намагалися концептуалізувати уявлення людини про оточуючий світ, у тому числі власні уявлення про себе у ньому. В епоху відродження Леонардо да Вінчі розмірковував над моделлю світобудови і прийшов до висновку, що картина світу є суб'єктивним відображенням оточуючого світу, адже людина, які і художник, komponує світ з природного матеріалу, тому може штучно об'єднувати деякі елементи, відтинати зайве та змінювати композицію [192]. У «Монадології» (1714) Г. Лейбніца картина світу є дещо більшим за перцептивний досвід особистості як результат фізичного контакту зі світом та вміщує у собі й індивідуальні узагальнення суб'єкта про нього. Монада виступає рефлексією світу у свідомості людини, вона може бути не повною, частково та не до кінця усвідомленою, проте світ у його індивідуальному

значенні це лише відображення його певної частини та представлення в якості цілісності. Фізичний світ неосяжний та безкінечний, проте суб'єктивний має завершену будову. Монада є живим (постійно змінюваним) дзеркалом світу, універсальним для всіх, що приводить Г. Лейбніца до думки про «монадну» будову колективної свідомості суспільства – єдиного віддзеркалення світу у свідомості членів суспільства.

У роботі «Час картини світу» (вид.1993) М. Гайдеггера картина світу також трактується як суб'єктивне та далеке від оригіналу відображення світу, який оточує людину. Як і у полотні картини художник не може помістити усіх елементів, які знаходяться у зоні його безпосереднього сприйняття так і картина світу особистості є продуктом індивідуального відображення об'єктивної дійсності [343]. Час та обставини накладають свій відбиток на загальне полотно, інколи вони зумовлюють цілковиту переробку полотна. Картина світу не є поняттям тотожним поняттю світ, адже те, що не увійшло до картини світу існує і поза ним, проте не відображене в загальному полотні. К. Ясперс («Психологія світоглядів», «Смисл і значення в історії») розглядав картину світу як спосіб індивідуалізації предметного зовнішнього світу, спосіб створення на основі світу зовнішнього власної внутрішньої його моделі (світу для себе) [383; 382]. Масова картина світу існує як ресурс («велика майстерня») для створення світу внутрішнього, тому індивідуальні уявлення про світ є апріорі похідним від колективних уявлень, особливо, якщо брати до уваги не лише аспект колективності у авторстві картини світу, а й багатовікової історії її створення.

Картина світу – це універсум, який не може мати «сірих» та «чорних» плям. Колективна культурна активність прагне до універсалізму групового світосприйняття. Це відбувається шляхом опанування спільної знакової системи та використання однакових культурних інформаційних фреймів (моделей сприймання). Картина світу може складатися лише з тих елементів культури, якими володіє людина, а отже бути не повною, спотвореною чи видозміненою. Примітним є акцентування уваги на семантичному значенні слова «картина», яка може досить опосередковано репрезентувати ту дійсність, що надихнула художника до її створення. Гармонія існування (функціонування) картини світу забезпечується за рахунок спільного вірування людей у існування окремих її елементів. Наприклад, завдяки спільному віруванню первісних людей у надприродні сили (богів, духів-тотемів, потойбічні сили) у них зберігалося стійке уявлення про світ та закони його функціонування. (О. Шпенглер) [371].

На початку XIX ст. формується філософська наукова галузь, яка акумулює у собі базові ідеї суспільної необхідності передачі та збереження інформації а також пояснення процесів формування спільної культурної моделі світу. Наукова база семіотики (від грецького «знак», «ознака») розв'язує ряд проблем, які стосуються використання знакових систем у процесі передачі інформації, формування мови та залежність її семантичного складу від умов життя її носіїв. На розвиток галузі величезний вплив

справили роботи Ф. де Соссюра («Курс загальної лінгвістики» (1933)), Ч. Морріса («Основи теорії знаків» (1938)), Чарльза С. Пірса («Дослідження з логіки» (1883)) [225; 251; 265; 297]. У психологічну площину інформаційні процеси суспільства переходять з роботами німецького соціолога М. Вебера, який першим почав порушувати питання необхідності вивчення медіапростору, як вагомого елементу формування соціуму [54]. Величезний вклад у дослідження ролі медіазасобів у процесі інформаційної діяльності зробив американський публіцист У. Ліпман, який першим обґрунтував психологічно правомірну концепцію формування громадської думки, яка базувалася на моделі функціонування стереотипів соціального сприйняття («Суспільна думка» (вид. 2004)) [198]. Він вважав, що оцінка соціальної реальності на рівні індивідуальної свідомості відбувається на основі використання уніфікованих моделей, утворених на основі уявлень більшості про об'єкти соціального сприйняття (базової картини світу). У процесі соціальної взаємодії медіапростір використовується у якості джерела стереотипних смислових категорій, які частково чи у повній мірі відповідають уявленням більшості.

На початку 50-х років XX ст. поняття «картина світу» трансформувалося у «відображення світу» у масовій чи індивідуальній свідомості. М. Кірні у роботі «Теорії та методи дослідження картини світу» (1975) дає розгорнутий аналіз еволюції поняття у межах філософської антропології та культурології. На його думку, авторство поняття «картина світу» належить Р. Редфілду, який дав йому найбільш розгорнуту характеристику у роботі «Первісний світогляд» (1952), хоч і не вдаючись до конкретної операціоналізації поняття. Він вперше прийшов до думки про те, що картина світу є утворенням колективної життєдіяльності людей, об'єднаних спільним культурним полем. «Картина світу – це світоглядні уявлення того чи іншого народу про світ, самих себе та діяльність у ньому» [420, с.34]. Вона є продуктом спільної інтерпретації групою людей колективного перцептивного досвіду, який базується на спільному понятійно-категорійному апараті та системі цінностей. У концепції Р. Редфілда – картина світу являє собою завершену структуру з притаманними їй функціональними характеристиками, отже, вона є завершеним імпліцитним утворенням, яке повинно мати певну завершеність та логічну до визначеність. «Вона (картина світу) відрізняється від таких категорій як «етос» культури, спосіб мислення, національний характер. Якщо концепція національного характеру стосується перш за все уявлення про культуру з боку зовнішнього спостерігача, то «картина світу», навпаки – вивчає погляд членів культури на зовнішній світ» [202]. У лоні масової свідомості картина світу має бути завершеною та до визначеною у тому розумінні, що основні властивості цього світу є зрозумілими і контрольованими. Вона використовується з метою координації активності та апперцепції буття у спільному часово-просторовому континуумі. Автор концепту «історична пам'ять» А. Асмана зазначає, що **відображення оточуючої дійсності на рівні індивідуальності відбувається через призму**

історичного минулого, яке накладає свій відбиток на внутрішню картину світу людини та соціального середовища, у яке вона включена [18]. Історія у теперішньому її стані (назвемо його «стані на сьогодні») містить у собі маркери-ідентифікатори, які визначають пріоритет пізнання світу, встановлюють межі та окреслюють коло «своїх» та «чужих». Ретроспектива минулого вибудовує перспективу теперішнього та майбутнього. Історичні фігури (події минулого, історичні постаті), як називав їх А. Асмана, виконують інтегративно-комунікативну функцію спільноти – виражають групове ставлення до явищ об'єктивної дійсності, виконують функцію групового інтегратора або сегрегатора.

У період постмодерну назріла необхідність диференціації картини світу на індивідуальну та групову, зокрема, як ми можемо зазначити, опираючись на роботи І. Хасана та Ж. Деріда, що «картина світу» є утворенням не одиничним на рівні індивідуальної свідомості. Навколишній світ може відображатися у тисячах полотен, складність яких відображатиме рівень контекстуального занурення особистості в різноманітні його сфери [403,93]. У концепції інформаційного суспільства особливе місце відводиться методологічній концептуалізації феномену картини світу. У «Шок майбутнього» та «Третя хвиля» Е. Тофлер зорієнтовує нашу увагу на феномен масовості картини світу, яка у епоху мас-медійного продукування знань посилює свою впливовість на світоглядні переконання людини [320,321]. Зміст «фреймової» або «кліпової» картини світу зводиться до хаотичного вихоплювання певних проекцій («стоп-кадрів») з яких пересічна особистість формує індивідуальну модель оточуючої дійсності. Як і у епоху індустріального суспільства, зберігається значення суб'єктивації перцептивного досвіду, проте на перше місце виходить соціальна інтерпретація дійсності, встановлення соціально-прийнятої моделі аналізу та переробки отриманої інформації. В епоху інформаційного суспільства картина світу є узагальненим баченням оточуючого середовища колективним суб'єктом соціальних відносин, яке транслюється через локальну чи глобальну інформаційну мережу. У роботі «Соціодинаміка культури» (вид. 2008) А. Моль вводить поняття «екрану знань», яке відображає сучасний стан формування уявлень про оточуючий світ у свідомості пересічної людини [212]. Для того, щоб знання, які уже не являють собою завершену об'єктивну цілісність, оскільки людина їх сприймає частково та фрагментарно, відображали певну частину об'єктивної реальності, між ними повинен виникнути зв'язок. Завдання засобів масової інформації – формування зв'язків між хаотичними, поодинокими, частково інтерпретованими фактами, які формують у подальшому «тканиноподібне» поле культури. «Ця культура вже не є в основному продуктом університетської освіти, тобто деякої раціональної організації; вона є результатом щоденного впливу на нас безперервного, ясного і безладного потоку випадкових відомостей. Ми засвоюємо їх через засоби масової комунікації – друк, кіно, радіо, телебачення, переглядаючи технічні журнали, розмовляючи з оточуючими, –

через всю цю, що накрила нас масу джерел, від яких в пам'яті залишаються лише скороминущі враження і уривки знань та ідей. Ми залишаємося на поверхні явищ, отримуючи випадкові враження від більш-менш сильно впливають на нас фактів, але не докладаючи ні сили критичного судження, ні розумових зусиль» [212, с.45].

Психологічна концептуалізація феномену відображення у масовій чи індивідуальній свідомості оточуючого світу зустрічається у дослідженнях як «образ світу» (О.М. Леонтьєв) [193], «суб'єктивний семантичний простір» (Ч. Озгуд) [417], «система особистісних конструктів» (Дж. Келлі) [406], «суб'єктивна картина світу» (Дж. Брунер) [46], «внутрішній світ людини» (Б.Г. Ананьєв) [9], «образ (праобраз) світу» (В.О. Моляко) [221], «когнітивна схема світу» (Ж. Піаже) [249], «мовна модель світу» (Е. Сепір, Ф. Боас) [57; 286], «ментальна модель світу» (Дж. Лакоф, М. Джонсон) [182].

Як соціокультурне явище картина світу на рівні масової та індивідуальної свідомості виконує ряд адаптивно-важливих функцій. По-перше, вона стабілізує життєвий простір особистості, робить його розміреним та зрозумілим. Процес особистісного самоконструювання полягає у пошуку свого призначення у створеній, на основі елементів культури, внутрішній моделі оточуючої дійсності. Це, у свою чергу, зумовило появу ролей у «світі для себе» та «світі для інших». І якщо модель світу на рівні колективної свідомості є досить стійкою, враховуючи зацікавленість у цьому держави як суб'єкта соціальних відносин, то внутрішній світ особистості функціонує відносно незалежно, та функціонує на основі постійного динамічного оновлення картини світу (А. Асмана, М. Хальбвакс) [18; 348]. По-друге, картина світу виконує функцію соціального та індивідуального інтерпретатора дійсності (явищ та феноменів). Оточуючий об'єктивний світ може бути незрозумілим для людини, проте його картина завжди повна, довшизначена та психологічно безпечна (В.В. Кириченко, Г.В. Колошнанский) [137; 161]. У роботі «Людина для себе. Дослідження психологічних проблем етики» (1992) Е. Фром зазначає, що світ у своїй сутності має бути для людини середовищем задоволення та любові. Центром світу виступає людина у всій своїй індивідуальності та неповторності, картина світу має відображати її унікальність, потреби та прагнення [342]. Зміщення особистісного центру значимості призводить до руйнування системи світобудови. У індивідуальному вимірі імпліцитного уявлення особистості про світ і його будову, суб'єкт залишається його центром, що відображає природне прагнення людини до торжества власної значимості, цінності та екзистенційної самопричинності.

На думку О.М. Леонтьєва («Образ світу», 1983), кожен індивід має свою генетично та історично обумовлену картину світу, яка накладається на реальний перцептивний досвід [193]. Згодом, усе, що знайшло своє відображення у смисловому континуумі особистості реорганізується у загальне смислове полотно. У такий спосіб, отже, «бачимо і чуємо» ми лише

ті речі, які мають словесно-семантичні відповідники у нашій свідомості. Мова зберігає уявлення народу про світ та взаємозв'язки між його елементами, а також знання, накопичені у процесі колективної трудової діяльності та ставлення до продуктів матеріальної та духовної культури¹⁰. Мова репрезентує смислову структуру колективного суб'єкта соціальних відносин (М. Хайдегер) [344]. Лише її поступове освоєння у процесі соціалізації дає можливість людині розуміти «текст» і «контекст» повідомлення (В. Гумбольдт, Й. Вайсберг, Б. Уорф) [50; 84; 330]. У процесі вікового розвитку суб'єкт соціальних відносин оволодіває можливістю глибшого сприйняття та розуміння інформаційного повідомлення. У роботі «Істина і метод» (1960) Г.Г. Гадамер постулює наступне твердження: пізнання людиною світу не може бути універсальним. Контекст інформації, яку отримує людина з навколишнього середовища, розгортається у естетичній, історичній та мовній площині [69]. Збережені у індивідуальній та колективній свідомості знання відображають об'єктивні властивості навколишнього світу, проте не всі з них суб'єкт може зафіксувати та сприйняти, не на усі – відреагувати, та не всі – зберегти. У процесі взаємодії особистості з оточуючим світом об'єктивна інформація перетворюється у суб'єктивні переживання, внутрішні імпліцитні знання та уявлення, які відрізняються від «об'єктивного» еталону, проте є життєво важливими для суб'єкта інформаційних відносин саме у такому особистісно-орієнтованому вигляді. Про це наголошував Л. Уайт, який вважав, що за допомогою слів людина створює собі новий світ, у якому вона живе настільки ж реально як і у перцептивному, чуттєвому світі, беручи з культурного середовища лише те, що вважає за необхідне [202]. У повсякденній діяльності особистості важливішою є суб'єктивна інформація про оточуючий світ, оскільки вона містить індивідуальні враження про нього (досвід взаємодії зі світом), а тому допомагають краще адаптуватися до оточуючого середовища. На думку Н. Кантор, кожна людина повинна мати багатий, добре артикульований та структурований набір знань про власний світ. Він використовується у процесі аналізу та оцінки інших членів соціального середовища і формується, у більшості випадків, на основі узагальнених оцінок інших, які передаються через загальнодоступні канали інформації. З цих позицій «наше епізодичне знання про ситуацію може бути у більшій чи меншій мірі унікальним чи загальним, у більшій чи меншій мірі особистим чи соціальним» [82, с.132]. У процесі антропогенезу накопичена інформація, у тій чи іншій мірі, стає

¹⁰ У мовних системах представників північних народів (чукчі, евени, якути) представлено близько сорока відтінків білого кольору, які виникли як життєва необхідність диференціації об'єктивних властивостей снігу та льодового покриття у практичній діяльності. Чуттєві переживання людини у російській мові відображає поняття «любити», яке стосується Батьківщини, предметів матеріальної культури, людей. В українській мові воно диференціюється на «любити» та «кохати», яке застосовується для позначення почуттів до різних об'єктів («любити», як правило, можна цукерки, автомобілі, а «кохати» - жінку).

основою культури, вважав К. Гірц [74]. «Поняття культури, – писав він, – за своєю суттю є семіотичним». Визнаючи, разом з М. Вебером, що людина є істотою, повитою павутиною значень, яку вона сама сплела, культурний простір, у першу чергу, складається з символіки за допомогою якої кожен член цієї культури вибудовує свій матеріальний та духовний простір [202, с. 255].

У концепції творчого поетичного світосприйняття В.О. Моляко, мистецтво є абсолютним інструментом конструювання світу [220]. Культурний та естетичний розвиток людини пов'язаний з формуванням здатності до творчого світосприйняття. У будь-який момент вона повинна бути готова осмислити та зрозуміти світ, створений за образом та подобою «іншого» як словесно-поетичне полотно. На думку В.О. Моляко, загальна детермінація побудови образів світосприйняття обумовлена трьома основними блоками: стратегіальною обумовленістю реагуванням на оточуючий світ, тактичною готовністю суб'єкта до вирішення життєвих та професійних проблем (завдань, ситуацій), які формуються у процесі соціалізації та ситуативно-оперативна готовність до сприйняття нової інформації, нових предметів, людей, явищ [216]. Пізнання світу словом – є основою того, що відрізняє особистість від світу тварин, робить її «людиною з людським обличчям». У слові: розмовному, науковому, поетичному вона реалізує свої душевні переживання, їх характер та багатство свідчать про багатство душі, або її бідність, обмеженість чи «хворобливість» [140]. Поезія виконує функцію естетичного словесного полотна, яке відображає усе багатство і повноту сприйняття світу. «У душевному житті людини, як це змогли найкраще показати японські поети – автори танка і хоку, подією може бути навіть сплеск води, помічена серед трав квітка, спів зозулі, незначний жест коханої людини, тому що кожен момент може бути навантажений ядерною енергією смислу життя і смерті, любові та ненависті, сліз та сміху...» (В.О. Моляко) [221, с.9]. Розуміння поезії, мистецтва та здатність творити – є вершиною гармонії людини, яка не лише перетворює, а й відчуває світ. В.О. Моляко вважає мистецтво засобом «зцілення» душі, основою духовності людини. У процесі соціалізації людина вчиться не лише взаємодіяти з навколишнім середовищем у процесі спільної діяльності та спілкування, вона вчиться пізнавати світ на емоційному рівні. Таким чином, паралельно з розумовим розвитком відбувається емоційний розвиток суб'єкта соціальних відносин.

У роботі «Структури практики» (1995) П. Бурдьє наголошує на існуванні двох діаметрально протилежних стратегій освоєння суспільної практики. Більша частина людей націлена на відтворення попереднього досвіду та орієнтації на соціальні стандарти, меншість здатна до інноваційної діяльності і не потребує певного вказівника еталонів та пріоритетів. Досліджуючи систему освіти та естетичне виховання у шкільних закладах освіти, він приходить до висновку, що смаки та художньо-естетичні вподобання є результатом діяльності масової культури та системи освіти [48].

Формуючи певне ставлення до творів художнього мистецтва, пересічні люди опираються на еталони та зразки, які були закладені раніше та відображають певний пласт культурних цінностей. Тому, більшість, споглядаючи витвір мистецтва, який побутує у масовій культурі з певним еталоном ставлення, ставиться до нього як і більшість, констатуючи, що вона і у нього викликає певне естетичне задоволення. Результатом цього є виникнення ставлення без певного більш-менш структурованого пояснення. У розвиненому інформаційному суспільстві індивідуальна та суспільна практика розчиняються одна в одній. У контексті щоденного поглинання інформації, важко розмежувати де ми виражаємо власне ставлення до об'єктів, а де воно є продуктом колективної діяльності, але через масову культуру інтегрувалися у індивідуальну картину світу. Відповідно до розуміння процесу соціалізації Г. Тардом, адаптація людини у соціумі відбувається у процесі освоєння основних вірувань, знань традицій середовища, в якому відбудеться її подальше самостійне життя. Точне засвоєння та відтворення спільного соціального досвіду вважалося успішним завершенням процесу соціалізації, натомість спроби акумуляції власного досвіду та спроби його використання вважалися небезпечними [310]. Однією з перших концентрацій знань про оточуючий світ тривалий час була релігія, яка притримувалась принципу беззаперечної догматичної віри у цінності та досвід, викладений у святому письмі. Як наголошує О.М. Галус «люди здатні порівнювати себе з будь-яким явищем або предметом довкілля, а також з іншими людьми і самими собою. Вони наділені свободою волі, тому «приречені» вибирати певну систему цінностей і способи поведінки,кладаючи в них своє суб'єктивне розуміння і на цій основі творити власний життєвий світ, сповнений відповідного смислу» [71, с.72].

Ставлення до світу виражається за допомогою емоцій та почуттів. Вони сигналізують про рівень задоволення як базовими елементами зовнішнього середовища, так і виражають вищі почуття людини, які формуються у процесі тривалої взаємодії з об'єктами соціального пізнання. Не всі знання про оточуючий світ здатні викликати емоційні реакції, а лише ті, що стосуються людини або її оточення. Ч. Дарвін у роботі «Вираження емоцій у людей і тварин» (1870) вказував на їх визначальну роль у процесі адаптації людини до умов навколишнього середовища. Їх багатство свідчить про широкий адаптивний діапазон людини та чутливість до вектору та сили змін середовища. Поняття емоційного інтелекту (EQ) позначає здатність людини виражати емоції різного рівня складності, які генеруються у відповідності до специфіки ситуації та складності моделі її суб'єктивної реконструкції (а тому тісно пов'язаний з IQ) (Д. Гоулман) [81]. У процесі соціалізації людина вчиться не лише взаємодіяти з навколишнім середовищем під час спільної діяльності та спілкування, вона вчиться відчувати світ на емоційному рівні. Таким чином, паралельно з інтелектуальним удосконаленням відбувається емоційний розвиток суб'єкта соціальних відносин.

Однією з проблем сучасності є «перехід до споживацького способу життя». Це стосується як сфери матеріального виробництва, так і сфери духовності людини. На це вказував, свого часу, М.К. Мамардашвілі «...зацікавлену молодь можна побачити всюди, де можна отримати якийсь інтелектуальний та моральний заряд. Але біда у тому, що все це носить, в основному, споживацький характер: молодь не працює» [205, с. 172]. Пересічні споживачі інформації все частіше беруть інформацію, забуваючи відсіювати «зерно від половини», а конкретніше – не бажають піддавати критиці почуте, побачене та відчуте не своїми «очима та розумом». Проблемами екології, як то у ситуації порушення діяльності екосистем так і випадках техногенних катастроф, суспільство цікавиться у разі появи шкідливих для нього наслідків; таку аналогію можна провести, наприклад, з державними медичними установами, лівова частка фінансування яких, серед держав перехідної економіки іде на лікування пацієнтів, а не на профілактику захворювань. Однак проблемою залишається те, що світ насичується знаннями, які допомагають пізнавати світ, і все менше залишається знань, які вчать цей світ відчувати [220]. Розвиток творчого поетичного світосприйняття дає можливість суб'єкту соціальних відносин перебувати у «со-битті» зі світом, а тому плін життя насичується яскравими життєвими подіями, святковістю та буденністю, яка адекватно сприймається, та, що головне, адекватно переживається людиною [216].

Д.І. Черноіваненко розглядає процес конструювання картини світу особистості у трьох площинах взаємовідносин зі світом: взаємовідносин зі світом («Я-світ»), взаємовідносин з іншими («Я-Інші») та з собою («Я-Я»). У межах кожної з систем вона виокремлює наступні механізми конструювання картини світу: інтерпретація (репрезентація, генерація), ідентифікація (фальсифікація, автентифікація) та конституювання (інкорпорація, сепарація) [358]. У цій системі нам імпонує оформлення психологічних процесів диференціації зовнішнього світу, який являє собою об'єктивну та суб'єктивну реальності. Однорідність зовнішнього світу не завжди зберігається нашою психікою у вихідному стані, відповідно світ «Я» «Вони» та «Ми» може своєрідно відображатися у свідомості пересічної людини та запускати у спорадичному порядку механізми світосприйняття. Для операціоналізації дослідницької моделі Д.І. Черноіваненко пропонує використовувати ряд методик, які використовуються у різних науково-дослідних парадигмах.

Картина світу особистості формується на основі тієї інформації, яку вона отримує з зовнішнього середовища у процесі соціалізації та налагодження взаємовідносин з іншими суб'єктами (В.П. Андрущенко, О.І. Копиленко) [11; 165]. За рахунок включення особистості у повноцінну систему міжособистісної комунікації, до якої ми відносимо обмін інформацією на міжособистісному рівні у процесі спілкування та долучення до інформаційних джерел, які створювалися не одним поколінням. За рахунок чого відбувається поступове формування цілісної картини світу,

складність якої залежить від того наскільки глибоко людина інтегрована у систему суспільної комунікації. Рівень суспільної інтегрованості залежить від кількох факторів: по-перше – це загальний культурний потенціал соціального середовища та рівень його технологічного розвитку; по-друге – це складність завдань, які розв’язує суб’єкт соціальних відносин у процесі життєдіяльності та необхідність використовувати та продукувати інформацію різного рівня складності (таким чином, ми може виокремити певний тип інформаційно залежних осіб у силу їх професійної або іншої соціально корисної діяльності); та по-третє мотиваційний потенціал особистості та рівень пізнавального інтересу, який можна деякою мірою окреслити як природне бажання індивіда отримувати інформацію про навколишнє середовище та розуміти закони його функціонування.

Інформаційна діяльність суспільства у системі державних відносин. Формування картини світу пересічної особистості у медіасередовищі та психологічна природа функціонування засобів масової інформації

Фізичне та духовне співіснування суб'єктів та об'єктів середовища можливе за рахунок взаємоузгодження їх впливу один на одного у процесі взаємодії. Істотні властивості будь-якої частини середовища є дискретними утвореннями, які залишаються істинним впродовж окремого проміжку часу. Світ та локальне середовище постійно змінюються, а тому змінюються ті, хто його наповнює: люди, соціальні осередки, етно-державні формування тощо.

Інформація, у широкому значенні, є предметом вивчення багатьох природничих та гуманітарних наук. Одні з них зацікавлені проблемами кодування та збереження: інформатика, біологія, генетика; інші зацікавлені процесами її передачі: мовознавство, соціологія, журналістика, психологія. Розмежування наукових галузей відбулось як результат накопичення інформації у формі знань, фактів, об'єктивних фактів. Істинність інформації, за Аристотелем, перевірялася на практиці: якщо факт має місце не в одиничному випадку, а проявляється постійно, з певною закономірністю, він вважається істинним. Об'єктивність інформації забезпечується шляхом використання у процесі вивчення об'єктів зовнішнього середовища релевантних завданням дослідження метричних систем та діагностичного інструментарію. За таких умов проблема збереження інформації нівелюється, а за необхідності можна повторно дослідити об'єкт на предмет наявності у нього тих чи інших ознак та характеристик. За таким алгоритмом відбувається освоєння зовнішнього світу у вищих ссавців, наприклад мавп. Людині властиве раціональне використання психічних ресурсів, а тому диференціюються процеси сприйняття та відображення, перший з яких дозволяє екстраполювати попередньо накопичений досвід на нову ситуацію та предмети. За рахунок утворення тимчасових нервових зв'язків відбувається синтез різнорідних властивостей у цілісний предмет, а тому не потрібно повторно досліджувати яблуко, для того, щоб за однією з властивостей цілісно його сприйняти. За аналогічним принципом відбуваються процеси соціального сприйняття: кожен з членів спільноти, маючи доступ до загального інформаційного середовища, може використовувати досвід інших у власній практичній діяльності. Ч. Кулі вважав, що психофізичні властивості людини притаманні і соціальним системам, а тому існує взаємний паралелізм між психічними процесами, станами та властивостями та соціальними інститутами («Людська природа та соціальний порядок», вид.2000) [179]. К. Роджерс схиляється до думки про те, що внутрішню картину світу людини все більше наповнюють не об'єктивні знання, отримані у процесі безпосередньої взаємодії з об'єктом пізнання, але й феноменологічні, які людина отримує від інших суб'єктів у

тому числі знеособлених, які займають у момент мовлення певну рольову позицію [128].

Медіазасоби – це, якщо вдаватися до психофізичного паралелізму, «нервові волокна суспільства», які з'єднують між собою досвід різних людей у цілісну систему, накопичуючи суттєві об'єктивні властивості, закономірності оточуючого світу. **Інформація живе доти, доки існує актуальна необхідність її використання у процесі взаємодії суб'єктів соціального середовища. А оскільки людство зрозуміло, що нова актуальна інформація має у основі попередньо накопичену – будь-яка інформація про властивості предметів матеріального та духовного світу є потенційно актуальною та повинна зберігатися.**

Ускладнення соціальних зв'язків зумовило необхідність виникнення засобів масової інформації. У першу чергу вони відповідають за швидке поширення знань, які є цінними та актуальними для частини соціальної спільноти, або інших соціальних угруповань, які контактують з нею (сусідні народи, держави). Основною метою діяльності ЗМІ є формування однорідної картини світу у більшості членів соціокультурного формування (М. МакЛюен, Ф. Махлуп, Дж. Лалл) [183; 410; 414]. У призмі історичного контексту, перші засоби масової інформації виникають при органах державного управління і виконують функцію швидкої передачі інформації від суб'єкта управління до цільової аудиторії на яку поширюються владні повноваження¹¹. Ефективність медіа-засобів залежить від ступеня довіри до нього цільової аудиторії. Чим вищий він – тим краще засвоюється і сприймається інформація, оминаючи «критичні кордони» масової свідомості. Засоби масової інформації «контролюють всю нашу культуру, пропускаючи її крізь свої фільтри, виділяють окремі елементи із загальної маси культурних явищ, наділяючи їх особливою вагою. Те, що не потрапило в канали масової комунікації, в наш час практично не має впливу на розвиток суспільства» [194, с.276].

Основним інформаційним каналом для зв'язку з громадськістю та формування громадської думки на сучасному етапі розвитку суспільства є засоби масової інформації, які виконують роль соціального інституту, головна мета якого – забезпечити цільову аудиторію необхідними знаннями про навколишній світ. Виникнення та еволюція ЗМІ пов'язане з загальною динамікою соціокультурного розвитку суспільства. Основне їх завдання – інформувати громадськості в межах кола питань, які стосуються їх компетентності. Засоби масової інформації – це організаційно-технічні

¹¹ Одним із перших засобів масової інформації вважають видання «Щоденні справи римського народу» (*Acta diurna populi romani*), яка містила офіційну інформацію та розповсюджувалася лише серед вибраних громадян міста Риму шляхом розміщення таблиць із нанесеним текстом у людних місцях (форум, агора). Згодом правляча верхівка Римської імперії ініціює створення видання «Робота сенату», у якій висвітлюються поточні справи та рішення керівництва міста та країни. Рішення Римського Сенату набували чинності лише після їх офіційної публікації

комплекси, які включають у себе засоби швидкої фіксації та обробки контенту та засоби інформаційного зв'язку з громадськістю, які, у сукупності з іншими суб'єктами інформаційних відносин, складають медіапростір соціальної спільноти (як глобального так і регіонального значення).

Перші засоби масової інформації працювали за принципом односторонньої моделі інформування суспільства, яка передбачала масове поширення знань та фактів без можливості діалогу між суб'єктами інформаційних відносин. Дж. Грюніг виділяє чотири моделі формування громадської думки за допомогою ЗМІ, які пов'язані з різними історичними етапами формування системи public relation. Кожна модель є результатом поступального розвитку технологічних засобів, культури інформаційної комунікації та зростання потреб у знаннях для вирішення повсякденних життєвих завдань. Вони переслідують різну мету та специфічні завдання, їм характерні різні види взаємодії з членами громади і відповідно різний за характером зворотний зв'язок (табл. 1.1) [317].

Таблиця 1.1

Моделі формування громадської думки за Дж. Грюнігом

Модель	Характер комунікації	Головна мета та завдання
Прес-посередницька	Однобічна	Популяризація та поширення «правильної» інформації, яка повинна викликати певну реакцію у суспільства. Привернення уваги до «соціально гострих проблем», пошук винуватців, або публічне визнання заслуг.
Інформування громадськості	Однобічна	Поширення серед населення правдивої і точної інформації, урахування інтересів як окремої людини так і громадськості загалом.
Двостороння асиметрична	Формально двостороння	Захист інтересів ініціатора інформування суспільства, примушування публіки погодитися з точкою зору певної організації або установи. Зворотний зв'язок здебільшого використовується для маніпулятивних цілей, тобто для того, щоб з'ясувати рівень зміни ставлення громадськості до порушеної проблеми.

Моделі формування громадської думки за Дж. Грюнігом

Модель	Характер комунікації	Головна мета та завдання
Двостороння симетрична	Двостороння	Налагодження комунікативних зв'язків з громадськістю у формі діалогу. Спільне обговорення отриманої інформації та її критична переробка і цілісне сприйняття усіма членами спільноти.

З розвитком соціальної інфраструктури відбувається подальше ускладнення комунікативних зв'язків між членами територіальної спільноти, причому зв'язків різного рівня складності, які б враховували специфіку її соціальної структури [324]. Впродовж усієї еволюції суспільства засоби масової інформації виконують функцію передачі та збереження інформації, яка необхідна для налагодження спільної діяльності, формування громадської позиції (світоглядних уявлень, національної ідентичності, громадського руху «за щось, чи проти чогось»). Вони є посередниками між джерелом інформації та цільовою аудиторією; зв'язковою ланкою усіх елементів інформаційного простору. Функція медіазасобів, основною частиною яких є ЗМІ, – трансляція інформації у актуальній знаковій системі цільової аудиторії та забезпечувати постійний доступ до неї усіх зацікавлених осіб.

Засоби масової інформації можна умовно поділити на три категорії. В основу поділу покладено стратегіальні особливості інформаційної взаємодії з громадськістю, які можуть бути побудовані за принципом: від «інформування за необхідності» до «примусового інформування».

До **першого типу** входять найменш агресивні засоби масової інформації, які здійснюють інформування суспільства у вигляді надання доступу до інформації певного типу. Такі засоби масової інформації фіксують та зберігають інформацію певного типу (інформацію про погодні умови, валентність водню, кількість народжених у 2014 році тощо) «до запитання» кінцевого споживача. Такі ЗМІ діють як сховища знань певного типу та використовуються громадськістю для вирішення повсякденних життєвих завдань.

До **другого типу** відносяться ЗМІ, які здійснюють помірний вплив на громадськість, формуючи такими чином просоціальні уявлення про базові компоненти соціального середовища, які необхідно враховувати у процесі побудови соціальної активності. Яскравим прикладом їх є структурні утворення при деяких державних соціальних інститутах (правоохоронних

органах, медичних закладах, освітніх установах) та громадських організаціях, які час від часу інформують громадськість про: «злочини і покарання», «наслідки початку раннього статевого життя», «результати ЗНО» тощо. Таким чином, формуються просоціальна модель спільної життєдіяльності, які на рівні громадського обговорення складають основу побудови оціночного ставлення суспільства до подій та явищ об'єктивної дійсності (наприклад, вживати наркотики – погано, а ті, хто їх вживає – погані люди; і навпаки – хто перешкоджає їх вживанню оцінюються як соціально привабливі персонажі).

До **третього типу** ЗМІ відносяться більшість засобів масової інформації, які, незважаючи на відсутність об'єктивної необхідності кінцевого адресата сприймати та обробляти певну інформацію, агресивно поширюють її, використовуючи максимальну кількість інформаційно-технологічних ресурсів медіапростору. До такого типу засобів масової інформації відносяться рекламно-маркетингові комплекси, медіапросування пропаганди та ідеології, а також інформації, яка формує бажану поведінку та реакцію споживачів на базові елементи соціального середовища. Такі засоби масової інформації не чекають, поки споживач дозріє до сприйняття контенту, а силоміць змушують його «переварювати» певні змістові блоки, очікуючи на утворення стійкого емоційного ставлення до певного елементу середовища. Засоби масової інформації третього типу **формують стійку залежність у споживача пов'язану з їх використанням у якості основного джерела реконструкції зовнішньої реальності**.

Державні та інші соціальні інституції, які зацікавлені у масовому інформуванні суспільства або територіального осередку, досягають цього за допомогою:

- надання безкоштовного доступу до джерела масової інформації;
- покращення якості передачі інформації та «легкості» сприйняття на усіх рівнях перцептивної взаємодії з нею (висока якість звуку, кольору, смислова та емоційна доступність), завдяки чому «форма» починає переважати над «змістом»;
- додаткові супутні переваги від споживання інформації (конкурси, розіграші, трансляція футбольних матчів, телесеріали, ексклюзивні новини).

У травні 2009 року Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення затвердила план заходів щодо запровадження цифрового телерадіомовлення в Україні, підготовлений Міністерством транспорту та зв'язку. Урядову програму розвитку цифрового ТБ було затверджено постановою Кабінету міністрів України від 26 листопада 2008 року № 1085 «Про затвердження Державної програми впровадження цифрового телерадіомовлення». Таким чином, з 2012 року в Україні у вільному доступі у всіх регіонах країни знаходиться 32 цифрових ефірних канали, які забезпечують **однаково якісний доступ усього населення до інформації, яка транслюється** за їх допомогою. Додатково держава ініціює створення

соціальної програми поширення технологічного устаткування для прийому цифрового ефірного мовлення Т2 та поширює соціальну рекламну інформацію відповідного змісту.

Тривалий процес взаємодії із засобами масової інформації може сформувати певний рівень **інформаційної залежності**, яка може проявлятися як [44]:

- відчуття гострої необхідності споживати інформацію без реальної її необхідності для вирішення життєвих завдань чи інших особистісних потреб;
- гострий психологічний дискомфорт, що виникає як наслідок тривалої «ізоляції» від ЗМІ (наприклад в умовах лікарняного режиму, тимчасовій відсутності доступу до мережі Internet);
- агресія та девіантна поведінка, викликана емоційно яскравими сюжетами (наприклад, «революційна паніка» в Україні 2004 та 2014 року);
- зміна світоглядних уявлень: підміна змісту індивідуального досвіду як результату «побаченого та відчутого» індивідом на «чужі».

Засоби масової інформації нав'язують загальноприйнятну модель сприймання дійсності, що викликає необхідність медіаосвіти для формування свідомої поведінки у інформаційному просторі. Соціальні стереотипи, які складають основу інформаційних моделей сприймання, є результатом аналізу та структурування індивідуального та групового досвіду. На рівні індивідуальної свідомості «вороги», «герої», «поети» пов'язані з конкретними людьми, які так чи інакше, зустрічалися на життєвому шляху пересічної людини. Але одна справа – це ставлення до ворога чи героя, яке є результатом використання закріпленої стратегії взаємодії з реальними людьми, які своїми вчинками довели свою відповідність образу, інша – ставлення до людей, яке базується на стереотипах, що транслюються через засоби масової інформації та є результатом життєвого досвіду іншого суб'єкта, який знаходиться за лаштунками ЗМІ, або результатом використання маніпулятивної стратегії та підміни чи спотворення реальності.

Медіа пропонує конкретні соціально схвалені патерни поведінки та взаємодії з людьми, які виконують певні соціально-психологічні ролі. На рівні аналізу поведінки героїв кіно, літератури, музичного мистецтва та загалом усього, що не стосується елітарної культури, людину вчать специфічно мислити, діяти, спілкуватися у межах як власної ролі (ролей) так і критично сприймати вчинки інших (Ю.О. Шиманов, О.І. Шафоростов, Е. Фром) [366,362,342]. Таким чином, змінюється зміст та психологічне наповнення усього, що оточує людину. Через призму моделей сприймання людину змушують аналізувати не зміст вчинку, а його рольовий контекст, який здатен змінити вектор суспільного, а отже й індивідуального ставлення. «Комунікативні ситуації є фрагментами дійсності, що утворюють комунікативний контекст, у якому відбувається мовленнєва діяльність індивіда, складний комплекс зовнішніх умов спілкування і внутрішніх станів

комунікантів. Ознаки комунікативної ситуації – місце, час, причина та мета спілкування, соціокультурологічні норми поведінки комунікантів, їх статус, ролі, ступінь знайомства, характер взаємин і рівень формальності умов спілкування – впливають на вибір мовцями тематики та форми висловлення» (І.О. Шкіцька) [368, с.311]. Одна і та ж подія, вчинок чи людина можуть мати різний суспільний резонанс, залежно від того, хто є їх суб'єктом і у якій ролі він перебував у той момент. Особливості суспільного ставлення до об'єктів соціального сприйняття закріплені на рівні мови, яка має різні лінгвістичні відповідники для подій, які наповнені однаковим змістом. Таким чином, громадськість диференціює інших суб'єктів соціальної реальності на своїх та чужих, залежно від чого змінюється зміст їх діяльності та її морально-етична оцінка.

Соціолог О. Зинов'єв наступним чином визначає проблему впливу сучасних засобів масової інформації на психіку пересічної людини. «Сучасний світ без засобів масової інформації немислимий. І головні функції цієї системи впливу на свідомість пересічної людини наступні – преса формує менталітет людини, стандартизує його, розповсюджує ідеологічні установки, дає систему соціальних координат, постачає інтелектуальною їжею» [119, с.124]. З огляду на те, що пересічний суб'єкт соціальних відносин проводить за використанням засобів масової інформації третину часу (до шести годин), як зазначає О. Зинов'єв, проблема «інформаційного переїдання» та «важкого засвоєння спожитої інформації» залишається ключовою для забезпечення психологічної безпеки особистості у сучасному інформаційному просторі.

У роботі «Чотири теорії преси» (вид. 1998) Ф. Сіберт, У. Шрамм та Т. Парсон пропонують наступну класифікацію типів систем засобів масової інформації, ключовим критерієм для диференціації яких стали спосіб їх взаємодії з органами влади, підпорядкування політичним партіям та суспільно-історичній ідеології [287].

- **Авторитарна модель** функціонування ЗМІ полягає у повному їх підпорядкуванні державним інститутам влади. Отримання відповідного дозволу на функціонування та розповсюдження інформації, яка формує просоціальну (провладну) картину світу. Закріплюється законодавча відповідальність засобів масової інформації за «самовільне» розповсюдження нецензурованої інформації, тимпане за розповсюдження інформації, яка суперечить державній політиці чи підбурює людей до повалення існуючого суспільного ладу.
- **Лібертаріанська модель** передбачає участь ЗМІ у налагодженні доступу до інформації усіх членів соціальної спільноти, основним завданням виступає забезпечення можливості самостійно формувати ставлення до явищ об'єктивної істини. У цьому випадку преса стає інструментом контролю громадськості за діяльністю органів влади, окремих осіб, які беруть участь у державному управлінні.

- **Модель соціальної відповідальності** передбачає використання ЗМІ для налагодження спільної життєдіяльності та пошуку порозуміння між людьми; основна увага звертається на вплив інформації на самопочуття людей, уникнення нагнітання конфліктів, суспільної конфронтації, міжгрупової ворожнечі.
- **Радянська комуністична модель** ЗМІ описувала особливості функціонування засобів масової інформації у СРСР, окрема передбачала ідеологічний контроль і підпорядкування будь-яких видів інформаційної продукції та унеможливлення діяльності тих інформаційних ресурсів, які вважалися «ворожими».

Засоби масової інформації та інші медійні ресурси роблять пересічну людину заручником подій у яких вона мимоволі починає брати участь. Основна проблема заключається у тому, що за таких обставин вона намагається більшою мірою реагувати на те, що її безпосередньо не стосується, залишається поза її життєвим контекстом [400]. Ми звертаємо увагу на те, що проблемою є не надмірне вираження співчуття чи інших почуттів щодо певних подій, а їх ірраціональність для суб'єкта, який їх виражає. Формуючи певну картину оточуючого світу з уламків телевізійних програм, газетних статей та інтернет-блогів у пересічної людини формується спотворене уявлення про те, що події, які відбуваються у «бутті» іншого є більш важливими ніж ті, що відбуваються за її безпосередньої участі. Така позиція може призвести до виникнення активності, яка здебільшого не має продуктивних результатів ні для виконавця ні для інших. Події у житті «іншого» формують стан «прикутості» до інформаційних мереж, особливо коли вони мають сильне емоційне забарвлення та руйнують звичний устрій життя. Однією з особливостей сучасного суспільства є створення цілої індустрії, яка пов'язана з виробництвом, поширенням та збереженням інформації. В цих умовах у більшості з людей формуються потреби, які змушують звертатися (включатися) у інформаційну мережу: потреба постійно підтримувати зв'язок з оточуючим світом, потреба у організації відпочинку та потреба у відході від повсякденної буденності (Т.І. Єжевська) [108]. Інформаційне середовище дає можливість створити альтернативну реальність, позбавлену звичайної життєвої метушні, середовище максимально комфортне для особистості. Виникнення нештатних ситуацій та вирішення проблемних ситуацій викликає стан стресу, який пов'язаних з необхідністю надлишкового сприйняття інформації, оперування нею, фільтрування та збереження. В умовах інформаційного стресу, як зазначає В.О. Бодров, у людини відбувається погіршення (гальмування пізнавальних процесів), виникає негативний загальний емоційний стан, виникають проблеми з переключенням уваги [42]. У такому стані загальної дезорганізації особистість більш схильна до маніпулятивного втручання у її картину світу. Інформаційне перенасичення у будь-якому вигляді: забезпечені доступу до інформації, створення штучних умов, які передбачають надмірне споживання інформації (особливо у професійній

діяльності), або організація соціальної діяльності у режимі «завжди на поготові», негативно впливає на пізнавальні процеси особистості та загальну здатність критично мислити.

Більшість пересічних громадян під впливом засобів масової інформації приймають за основу загальноприйнятний спосіб аналізу навколишнього середовища, яке включає не лише фізичні елементи, а й специфічні зв'язки між ними. Ставлення до друзів «ми» та ворогів «вони» обумовлене не тими психосоціальними властивостями, якими наділений окремо взятий суб'єкт, а загальноприйнятою моделлю взаємодії з ворогами або іншими об'єктами соціально-рольової взаємодії, до яких ми ставимося не до як конкретного «Володимира Васильовича», чи «Катерини Сергіївни», а як до «митця», «революціонера», «ренегата» чи «ворога».

В умовах суспільного протистояння знижується рівень компетентності пересічних громадян у прийнятті рішень та розв'язку побутових проблем, які стосуються сфери суспільної життєдіяльності. Таким чином, низький рівень розуміння пересічними громадянами суті подій та явищ, які відбуваються у публічній площині, спонукає формуванню відчуття впевненості громадськості у тому, що ситуація знаходиться під контролем, а її причинно-наслідкова детермінація є очевидною та цілком зрозумілою. У 1999 році американські психологи Д. Даннінг і Д. Крюгер відкрили феномен когнітивної самооцінки, який позначався у обернено пропорційній залежності між рівнем обізнаності людини у певній галузі знань та суб'єктивним уявленням про власну компетентність у ній [392]. У ході проведених експериментів їм вдалося відкрити, що люди, які гадають, що мають рацію у певній сфері є найменш компетентними у ній і навпаки об'єктивне розуміння та орієнтація у якійсь галузі знань призводить до формування внутрішніх сумнівів та невпевненості у прийнятті певних суджень та рішень. Загалом, суспільна некомпетентність призводить до утворення стійкої колективної впевненості у чомусь, що становить державну цінність та важливість. У психології праці та організаційній психології феномен зростаючої некомпетентності залежно від положення у вертикальній моделі службової ієрархії відомий як «феномен (принцип) Пітера» (на честь Лоуренса Пітера). Оманю для суспільства є культурна детермінація до експертного публічного роз'яснення будь-чого, що відбувається навколо людей, які займають найвищі сходинки у суспільній ієрархії. У межах нашої культури прийнято вважати, що чим більшу посаду обіймає персона (як правило керуючу) – тим компетентнішою і ціннішою є думка з приводу будь-яких питань, що прямо чи опосередковано стосуються його діяльності. У організаційній культурі пострадянських країн персона «керуючого» наділена рисами цілковитої компетентності у всіх питаннях, які стосуються сфери керівництва. Зниження загального інтелектуального потенціалу суспільства підсилює відчуття компетентності серед пересічних громадян особливо у тих галузях, у яких вони є найменш обізнаними. Відчуття компетентності створює ефект власної причетності та особистості

ініціативи (вибору) певних суспільних процесів, а отже їх свідомої підтримки.

Приймаючи суспільну ідею за основу свого життя, людина сама обмежує себе і сама змушує до чогось, але робить вона це з власної волі. Тому на індивідуальному рівні внутрішнього самосприйняття вона почувається більш впевненою, і головне – щасливішою. Проблема полягає не у тому, що немає з чого вибирати, проблема якраз криється у нездатності вибирати, особливо у випадку, коли множина можливостей неосяжна. Суб'єкт соціальних відносин чекає, що хтось прийде і вирішить все за нього, покаже куди йти, як розвиватися і чого прагнути, причому зробить це так, щоб людина свято вірила у те, що вона сама цього насправді бажає. У сучасному інформаційному просторі діє принципі презумпції вибору: вибір, насправді, уже зроблений, проте ми можемо від нього відмовитися, але зробити це організаційно та психологічно важко. Р. Талер, один з засновників поведінкової економіки, нобелівський лауреат 2017 року започаткував, свого часу, на рівні держави політику завчасного вибору у сфері трансплантації органів у США, та довів, що **активно відмовитися набагато складніше ніж пасивно погодитися**, це й же феномен у подальшому ним розроблявся у галузі економіки та бізнесу як один із механізмів формування споживацької поведінки [307;306].

У сучасному інформаційному суспільстві людина живе в умовах постійного стресу, який пов'язаний з різними стресогенними факторами, які можуть підсилювати один-одного, та у результаті дестабілізувати активність особистості у соціальному середовищі. Знання про світ, а особливо, про ті небезпеки, які він за собою криє, дестабілізують особистісний простір людини. До міжособистісних стресорів відносять ті сфери соціальної активності, у межах яких перебуває доросла особистість: фінансовий стрес, міжособистісний стрес, сімейний стрес, суспільний стрес, екологічний стрес, робочий стрес. У призмі аналізу шкали «минуле-майбутнє» П. Вонг пропонує наступну типологію внутрішньо-особистісних стресорів, які є основою її особистісного досвіду (табл. 1.2) [431].

Таблиця 1.2

Типи внутрішньо-особистісних стресорів у площині «минулого-теперішнього- майбутнього» за П. Вонгом

Минуле	Теперішнє	Майбутнє
1. Події минулого 2. Травми дитинства 3. Невирішені конфлікти та внутрішні суперечки	1. Екзистенційна криза 2. Емоційна реактивність 3. Інтерпретаційний стрес 4. Розчарування, зміни у системі цінностей	1. Стрес очікування нового 2. Страх невизначеності 3. Страх бідності, старості, хвороби, смерті

Найбільш травмуючими є стресори майбутнього, які змушують особистість постійно готуватися до подій, які можуть трапитися у її житті. Тривоги та невдачі майбутнього, які можуть бути як реальними так і надуманими, можуть створювати більший стрес, ніж реальна фізична небезпека. Страх старості чи смерті можуть нівелювати радість від поточних подій, спотворювати життєву перспективу та формувати уявлення про неминучість трагедії, біди, невдачі у будь-якому життєвому контексті.

Однією з функцій держави є підтримка стабільності картини світу у суспільстві та регуляція змін базових елементів. Нестабільність аперцепції «завтра» гнітюче впливає на особистість та соціум загалом, переповнює маси страхами та малює найжахливіші сценарії кульмінації та фіналу у індивідуальному та глобальному дискурсі життєдіяльності.

У межах роботи «Держава» американський публіцист Р. Борн приходить до висновку, що необхідність держави виникає лише в умовах певного протистояння: економічного, соціального, ідеологічного, військового. Політика та уряд, як суб'єкти перетворення країни (нації) у державу, покликані спрямовувати інтереси громади у певному напрямку. Як правило ці інтереси є відстороненими від реальних насущних проблем пересічних громадян. В умовах війни держава підтримує ідею того, що «спочатку потрібно думати про Батьківщину, а потім про себе». Періоди суспільного протистояння змінюються на періоди відносної стабілізації, у яких роль держави як інструменту суспільного примусовогогуртування зменшується, на перший план виступають індивідуальні та групові інтереси. Для підтримки світоглядної єдності громадян **необхідно час-від-часу нагадувати про існування незримого ворога, який загрожує спільному добробуту.** Парадоксальним є те, що боротьба з ворогом за добробут несе за собою необхідність відмовитися від нього на користь спільної перемоги. Як писав Р. Борн «Держава – організація стада, яке нападає, або захищається від іншого стада, організованого таким же чином... Війна посиляє імпульс цілеспрямованості та активності аж до самих низьких рівнів стада та окремих його частин. Всі дії суспільства повинні бути якомога сильніше пов'язані з війною, а держава перетворюється у те, чим намагалось стати у мирний час – невблаганним детермінантом та арбітром людської діяльності, відносин та громадської думки» (R. Bourne «The State», 1919) [391]. Ідея війни «усіх проти усіх» (*bellum omnium contra omnes*) закладена у знаменитому «Левіафані» Т. Гоббса [78]. В умовах постійної боротьби для збереження миру та суспільного добробуту члени суспільства відмовляються від частини своїх прав та свобод на користь держави. З огляду на це, підтримка у ментальній картині світу суспільства образу ворога оздоровлює державу, підтримує стабільність діяльності її інститутів. З іншого боку, держава зобов'язується підтримувати стан стабільності, постійності та передбачуваності завтрашнього дня (тижня, місяця) пересічними громадянами.

Соціальна віртуалізація у інформаційному суспільстві – явище яке теж можна означити як одну з норм життєдіяльності особистості у ньому. Частина проявів соціальної активності частково чи повністю перейшли у віртуальний вимір, а деякі з процесів соціальної життєдіяльності вимагають «певного представлення» своєї персони у віртуальній мережі. Взаємодія між різними суб'єктами суспільних та державних відносин, опосередковується цифровою мережею та сервісами, які вона надає. Для забезпечення доступу до інформації та водночас з метою її ефективного збору, держава утворює цілу систему електронного урядування, яке допомагає наладжувати комунікацію між людиною (групою) та державними інституціями. Як виявилось, електронні сервіси, що опосередковують зв'язки між суб'єктами соціальних відносин і органами державної влади виявилися зручними та ефективними у використанні. Під час вступної кампанії 2018 року до ЗВО, абітурієнти, маючи можливість персонально подати документи, активно використовували електронні кабінети не відвідуючи ЗВО. Тоді як 2014 року, абітурієнти схилялися до персональної подачі документів, або електронної реєстрації у присутності технічного секретаря¹².

Функціонування держави в умовах інформаційного суспільства вимагає реалізації наступних завдань, які пов'язані з постійною підтримкою процесів інформаційного обміну (Ю.В. Ковбасюк) [158].

1. Постійний доступ до державної інформації, як суб'єктів державної влади так і пересічних громадян. Створення єдиного інформаційного поля, з однаковим інформаційний контентом та його суспільною інтерпретацією (переважно на рівні законодавчих актів).
2. Забезпечення участі громадян у державних процесах. За рахунок цього відбувається підтримка відчуття «причетності» та «відповідальності» за те, що відбувається в суспільстві. Наприклад, голосування у соціальних мережах та підтримка петицій, як спосіб залучення громадян до обговорення певних питань.
3. Підтримка конкурентного виробництва, залучення громадян до моніторингу державних закупівель, контролю за видатками, за рішеннями, які приймає уряд, президент та органи місцевого самоврядування тощо.
4. Моніторинг державою діяльності пересічних суб'єктів соціальних відносин, їх реєстрація та аналітика, на основі якої відбувається прогнозування поведінки людини та активності малих соціальних груп.

Держава є зацікавленим суб'єктом часткової віртуалізації особистості у цифровому мережевому просторі. Це спричинено тим, що більшість державних процесів уже давно відбуваються як у фізичний так і віртуальній площині, тому відсутність особистості у ній може призвести до втрати державою контролю над пересічними громадянами. Віртуалізація процесів державного управління зменшила психологічну дистанцію між пересічними

¹² <https://mon.gov.ua/ua/tag/vstupna-kampaniya-2018>

громадянами і суб'єктами державної діяльності та їх представниками. Віртуальні відповідники політиків, державних та громадських діячів, публічних персон набагато ближчі для пересічної людини ніж фізичні відповідники. У мережевому середовищі, можна налагоджувати з ними комунікацію (наприклад, багато політиків мають електронну громадську приймальню), сформувавши певне коло питань для обговорення. Держава має постійний зворотній зв'язок з громадськістю (оцінка ставлення громадян до діяльності держави). У затвердженому 3 жовтня 2018 року Національним агентством України з питань державної служби переліку вимог до державних службовців однією з восьми базових інваріантів професійної діяльності є робота з інформацією, яка передбачає здатність працювати з базами даних законодавства та аналітичною інформацією, запроваджувати та використовувати електронне урядування¹³. Державний службовець як посередник між державою та пересічним громадянином (громадянами) зобов'язаний здійснювати свою професійну діяльність як у фізичному просторі функціонування держави та її соціальних інститутів, так і у віртуальному. Також до них висувається вимога уміти налагоджувати комунікацію у локальному та транскультурному масштабі, аналізувати та обробляти великі масиви інформації, шукати інформацію та верифікувати її. На Всесвітньому економічному форумі у Давосі 2016 року багато уваги було приділено питанням сучасної освіти та її актуальності не лише на момент підготовки але й у майбутньому. До ключових умінь, якими мають володіти майбутні працівники більшості професій належать: критичність мислення, креативність, складання суджень і ухвалення рішень, когнітивна гнучкість [379]. Цифрова революція стала точкою неповернення на ринку праці. Більшість технологічних процесів виробництва переведені у віртуальну площину, тому звичний для індустріального суспільства світ професій скоро перестане функціонувати, натомість з'являться нові види зайнятості, які будуть пов'язані з переробкою інформаційних потоків та обслуговуванням шляхів їх циркуляції.

¹³ <https://nads.gov.ua/news/sogodni-na-zasidanni-uryadu-zatverdzheno-novi-vymogy-do-derzhavnyh-sluzhbovciv-kategoriyi>

Соціально-психологічні механізми формування картини світу особистості. Стратегіальна організація особистісного світосприйняття

Картина світу – це узагальнене уявлення групи людей, які об'єднані спільним інформаційним та культурним простором, про оточуючий світ, закономірності його функціонування, інших членів спільноти та самого себе. У сучасному інформаційному суспільстві імпліцитні уявлення особистості про оточуючий світ не є сумою уявлень групи загалом. Для того, щоб виробити більш-менш стійке уявлення про якусь з частин соціально-психологічної реальності, група має здійснювати постійну комунікацію у режимі реального часу (на момент виникнення явища). В інших випадках, можуть виникати проблеми з об'єктивністю та колективністю виробленої думки чи ставлення до чогось. Громадська думка від самого початку існування як колективної форми психічної діяльності, не була продуктом загально-групового обговорення будь-чого. Основою громадської думки є ставлення до вже готового елементу картини світу і розповсюдження цього ставлення на більшість членів спільноти.

Основою картини світу особистості є досвід, який вона отримує з навколишнього середовища. Досвід – це те, що залишається у пересічній особистості у процесі взаємодії зі світом. Не усе з чим контактує особистість знаходить відображення у її свідомості, тому **картина світу є результатом не того, що було (відбувалося) в житті людини, а тим – що залишилося після взаємодії з ним.** У кожному конкретному випадку людина самостійно вирішує яким чином події та явища, які опинилися у полі її сприйняття чи у яких вона брала безпосередню участь, увійдуть у її картину світу. Проблемаю сучасного інформаційного суспільства є накопичення знань, які не стосуються безпосереднього досвіду індивіда. На це звертав увагу Е. Тофлер у роботі «Шок майбутнього»: «зростаюча швидкість змін порушує нашу внутрішню рівновагу, видозмінюючи сам спосіб переживання життя. Зовнішнє прискорення перетворюється у внутрішнє. Зростаючі темпи перемін змушують нас зіштовхуватися не просто зі швидким потоком, але все з більшим числом ситуацій, до яких попередній особистий досвід не підходить» [321, с.44]. Масова часка суспільного (знеособленого, чужого) досвіду в загальному масиві інформації збільшується з геометричною прогресією, що так чи інакше знаходить своє відображення у картині світу пересічної особистості, яка інтегрована у глобальну чи локальну інформаційну мережу.

У процесі ущільнення інформаційного поля у результаті щоденного продукування інформації, людина потрапляє в умови штучної інформатизації. Суспільство створює умови примусового включення особистості у його інформаційний простір, який формує певне уявлення в особистості про події та явища, що відбуваються навколо неї. Частка

індивідуального перцептивного досвіду, який формується у процесі сприйняття об'єктивної реальності за допомогою основних сенсорних органів особистості та колективного досвіду, зміщена на користь останнього. Досвід колективного суб'єкту соціальних відносин є домінуючим та основним у процесі становлення картини світу пересічної особистості. Порівнюючи етимологію поняття картина світу з нашими концептуальними уявленнями, ми прийшли до висновку, що картина світу особистості в інформаційному суспільстві є репродукцією частини загального полотна світу загалом. **Суб'єктивна картина світу не є відображенням об'єктивної реальності як такої, а «відображенням деякого відображення».**

Іншою методологічною та теоретичною дилемою для нас стало виокремлення еталонної моделі світу, яку пересічна особистість вважає достовірною та на основі якої вона конструює власну модель світобудови. На рівні життєдіяльності пересічної особистості важливо розуміти не яким є світ насправді у всій його багатогранності та соціокультурному багатоголоссі, а те яким він повинен бути (М.Л. Смульсон, Т.М. Титаренко) [290; 315]. В інформаційному суспільстві у процесі соціалізації формується установка на те, що світ має бути «саме таким». Опираючись на більш пізні дослідження цієї проблеми, які проаналізовані нами у попередніх розділах, ми не можемо орієнтуватися на «універсальну картину світу» у процесі аналізу суспільних процесів, у яких бере участь індивід. В силу стрімкої інформатизації та розвитку телекомунікаційної мережі, будь-яка людина має можливість отримувати знання, які були накопичені у результаті інформаційної діяльності різних культурних осередків. У межах глобального інформаційного простору існує не одна картина світу, а ціла картинна галерея, яка містить полотна різних епох, мистецьких напрямків та авторів. Загальносвітова інформаційна поліфонія унеможливорює існування єдиної універсальної моделі світу. Лише в умовах культурної чи політичної ізоляції можливі випадки приведення загальногрупового сприйняття до певного еталону, який може суттєво дисонувати з об'єктивною реальністю¹⁴.

Особистість в інформаційному просторі існує в контекстуальному континуумі «ми». Основна мета соціалізації полягає у встановленні стійких зв'язків з основними інформаційними джерелами, які через прямі чи опосередковані інформаційні інтервенції, будуть підтримувати соціально-прийнятну та психологічно безпечну картину світу. З метою збереження орієнтації у соціальному середовищі та інформаційному контенті, пересічна особистість здійснює постійний моніторинг групової більшості (як носія досвіду «ми») та власної рольової позиції у межах конкретної ситуації. Вона прагне до послідовної ідентифікації себе з групою більшістю. У попередніх

¹⁴ Пересічні жителі Північної Кореї, які не мали досвіду перебування за кордоном, до цього часу вірять у те, що їх країна є найбільш процвітаючою країною у світі, їх астронавти вперше висадилися на місяць та виграли Чемпіонат світу з футболу. Також їх лідер Кім Чен Ин винайшов гамбургер, поборов карликовість та володіє магічними властивостями (за матеріалами lifter.com.ua).

наших дослідженнях ми виявили, що пересічна молодь у процесі політичного вибору орієнтується на те, кого підтримує більшість представників молоді (В.В. Кириченко) [141]. Залежно від того, хто на рівні інформації, яку розповсюджували серед представників молоді є «більшістю» (у випадку дослідження – конкретна політична сила) того схилилися підтримувати досліджувані. Послідовна ідентифікація полягає в отождоженні особистості, в конкретній рольовій позиції, з групою більшістю «ми». Особистість, яка ідентифікує себе як «українець» схилиється до орієнтації на групову більшість «українці», «студент» зі «студентами» тощо. Підтримка більшої налаштовує на прийняття усталеної картини світу цієї групи людей: у момент ідентифікації особистість має думати та діяти як типовий її представник. Таким чином, у процесі інформаційної діяльності (сприйнятті, переробці, отриманні контенту), пересічна людина має знайти відповіді на три основні питання: «хто я?», «хто ми?» та «хто вони?» (рис.1.1). Образ «вони» є вирішальним у процесі конструювання картини світу, і опираючись на класичні праці Б.Ф. Поршнєва («Про початок людської історії» (1979), «Соціальна психологія та історія» (1974 та повне видання 2006)), ми вважаємо, що **вироблення світоглядних протиставлень є чи не основним механізмом конструювання групової картини світу**. Процес інтеграції на основі ідентифікації починається з появи якоїсь спільноти, яка відрізняється від «більшості» за рядом характеристик: расових, етнічних, соціокультурних тощо. «Думати не як вони і бачити світ по-іншому» – це закономірний процес соціокультурного розвитку. На кожному рівні ідентифікації існує своя система протиставлення «ми»-«вони», тому у межах індивідуальної свідомості зберігається чітка диференціація того, яким світ бачать представники спільнот, членом (або заручником) яких є пересічна особистість.

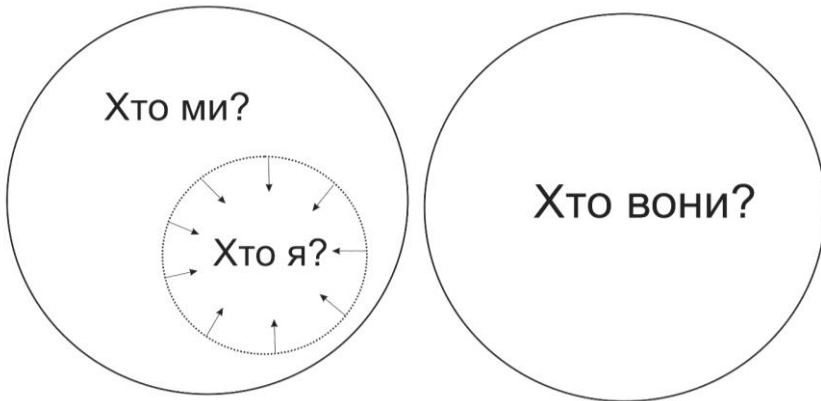


Рис.1.1. Графічне представлення процесу соціальної ідентифікації як механізму формування картини світу особистості

Опираючись на концептуальні погляди С. Московічі, ми схилиємося до думки, що структуру колективної рольової матриці утворюють три групи ролей: ролі, пов'язані з біопсихічними властивостями особистості, соціальні ролі та індивідуальні [228]. У процесі соціальної перцепції колективного чи індивідуального суб'єкта інформаційних відносин, пересічна людина здійснює процес рольової ідентифікації себе та мовця – суб'єкта, який здійснює інформування, відповідаючи на питання «хто я?» у певний момент (у вимірі соціальної ситуації), «хто мовець?» та у яких «я» («ми») з ним стосунках. Диференціація ролей дає можливість суб'єкту соціальних відносин налаштуватися на процес сприйняття інформації, визначитися зі стратегією інтеграції знань в його індивідуальну картину світу. Для пересічної особистості однаково важливими є як інформаційний зміст, який транслює медіамережа, так і те, хто його транслює¹⁵ (М. Полані). З психологічної точки зору, будь-яка інформація «має обличчя» і залежно від того, хто її поширює буде відбуватися наступний процес її сприйняття: від абсолютного заперечення до повного, беззаперечного прийняття. Довіра до інформації є одним з основних психологічних атрибутів, який може накладати суб'єктивне забарвлення на інші її властивості: цінність, об'єктивність, доступність, новизну, актуальність тощо. Психологічна інтермодальність зв'язків суб'єкта соціальних відносин з інформаційним середовищем забезпечує сприйняття контенту з різних джерел, які мають різний ступінь когнітивної складності та забезпечують постійний зв'язок з оточуючим середовищем, допомагають оперативно реагувати на зміни у ньому [254].

У процесі життя та на різних етапах соціально-вікового розвитку ролі індивідуального значення та ролі, які пропонує виконувати соціальне середовище змінюють свою особистісну вагу. У своїй єдності вони утворюють складну особистісну матрицю рольової репрезентації особистості – систему диспозиційних та ситуативних ролей. Типологія рольових репрезентацій особистості С. Московічі відображає логіку еволюції суспільного бачення можливості репрезентації особистості у системі соціальних відносин: від слідування соціальним очікуванням, які пов'язані з тілесною конституцією, до можливості особистісного самоконструювання в індивідуальній системі координат («Машина, що створює богів» (1998)). В сучасній епосі на зміну «людині віруючій» (homo credens) приходить «людина символічна» (homo symbolicus), тому світ стає не площиною

¹⁵ В умовах соціальних загострень, військової агресії пересічна людини, яка ніколи, відчуває потребу у інформації, яка сприятиме підтримці позитивної картини світу і навпаки, будь-яка інформація, яка «наближує кінець», буде діяти гірше фізичної зброї. Під час Другої Світової війни голос та мистецькі здібності *Юрія Борисовича Левітана* виявилися могутньою зброєю в інформаційному протистоянні гітлерівської Німеччини та Радянського Союзу, лише йому було довірено повідомляти інформацію з фронтів про перемоги армії та інші успіхи у боротьбі з агресором, які надихали на боротьбу населення окупованих районів. Недарма, А.Гітлер оголосив Левітана ворогом №1 та призначив за його «голову» винагороду 250 тисяч марок.

існування, а – трансформації, яка детермінується суспільством і світ у цьому процесі є ресурсом. Соціум – це машина, яка створює богів – людей, які створені за власним образом. Інформаційне середовище є, у першу чергу, середовищем формування загально прийнятої системи цінностей (Н.В. Костенко, Р.В. Сіденко, А.О. Шабунова) [169; 168; 288; 360]. Щоденно канали інформації передають нам уявлення про те, що за ілюстрованими актами вчинків пересічних людей (героїв новин, теле-шоу, серіалів) лежать високоморальні, ідеологічно досконалі та суспільно-прийнятні мотиви. Звичайні буденні вчинки, які реалізують людські індивідуальні егоїстичні прагнення, у медіа-середовищі перетворюються на прояви «героїзму», «патріотизму», «новаторства», «самовіддачі». Реальні події та факти, які ми безпосередньо сприймаємо, може бути по іншому (у відповідності до загальноприйнятої системи цінностей) відображено у інформаційному полі суспільства. В силу того, що кількість «живих свідків» подій та явищ завжди менше тієї аудиторії, яка контактує з інформаційним контентом, що їх описує і інтерпретує, у суспільстві загальноприйнятою вважається та картина явища, яка транслюється медіа мережею. Поодинокі критичні заперечення окремих членів спільноти, які вважають (і мають на це об'єктивні підстави), що події та явища розвивалися «по-іншому» розчинюються у загальному галасі багатоголосого ефіру засобів масової інформації.

Визначивши для себе пріоритетні ролі, або під тиском соціальних очікувань (як, наприклад, у сьогоднішній Україні можна не бути українцем, або у сучасній Росії – росіянином), пересічна особистість змушена переймати основну модель картини світу групи з якою вона себе ідентифікує у першу чергу. Ми виокремлюємо два типи протиставлень, які використовуються пересічною особистістю у процесі реконструкції картини світу:

- 1) прямі протиставлення – вибудовуються на основі усвідомлення загально-групового ставлення спільноти до певного явища та існуванні відмінності в картині світу «вони» («ми вважаємо так, а вони думають по іншому»);
- 2) зворотні протиставлення – є результатом усвідомлення позиції «вони» з приводу певного явища та пошуку власного уявлення про нього, яке має йому протиставлятися («вони притримуються такої позиції, а у нас повинна бути своя»).

Ми дійшли висновку, що на рівні індивідуальної свідомості, як показали результати досліджень, існують одночасно декілька картин світу, поява яких детермінована особливостями соціальної ідентифікації особистості. У межах кожної рольової позиції, яка передбачає існування «групової більшості», функціонують різні психосемантичні моделі світу, які можуть функціонувати незалежно одна від одної. У процесі соціального розвитку відбувається становлення картини світу особистості – внутрішнього імпліцитного уявлення про світ та його закономірності, яке формується на основі групових моделей сприйняття світу. Групова картина світу – це узагальнене уявлення про світ як цілісність серед усіх представників соціокультурного осередку.

Індивідуальна картина світу є лише частковою репрезентацією загальногрупової, вона відображає індивідуальну історію життєдіяльності особистості, спосіб взаємодії зі світом та іншими суб'єктами соціальних відносин.

Спосіб пізнання світу та інтеграції отриманого у процесі соціальної взаємодії, досвіду залежать від рольової позиції суб'єкта соціальних відносин та його ідентифікації з адресатом. Цілісна картина світу особистості в інформаційному суспільстві формується у континуумі «ми-вони» та складається з окремих елементів, які формуються у результаті взаємодії з певною частиною соціального середовища. Перебуваючи на рівні ситуації у певній системі стосунків з суб'єктом мовлення, відбувається вибір способу реконструювання зовнішньої об'єктивної дійсності, який оформлюється на рівні когнітивних процесів та поведінкових актів у вигляді життєвої стратегії пізнання світу (рис.1.2). К.О. Абульханова-Славська вважає, що «стратегія життя у широкому її розумінні – це принципова, реалізована у різних життєвих умовах та обставинах, здатність особистості до синтезу своєї індивідуальності з умовами життя, до її відтворення та розвитку» [3, с.245]. Картина світу, яку ми приймаємо за основу та вважаємо об'єктивною, є відображенням зовнішньої реальності, яке відповідає нашій індивідуальній природі (Г.М. Андреева, М.Л. Смульсон) [10; 292]. Це дає можливість особистості перебувати у певному гомеостазі з середовищем, відчувати константність світу, розуміти закономірності його функціонування. У межах школи творчої конструктології академіка В.О. Моляко, пізнання світу відбувається у процесі творчої реконструкції зовнішнього об'єктивної реальності [214; 215]. Стратегіальна організація творчого поетичного світосприйняття є іманентною властивістю психічно здорової та благополучної особистості. Здатність до творчості є тією сутнісною характеристикою особистості, яка показує глибину пізнання світу та спосіб взаємодії з ним. Прагнення до творчості відображає здатність до гармонійного, повного та цілісного пізнання світу, проте не заперечується можливість певної індивідуальної пасивності у процесі світосприйняття, яка з розряду виключення переходить у сучасному інформаційному суспільстві, у статистичну закономірність.

У межах нашого дослідження ми пропонуємо наступну типологію стратегій становлення картини світу в інформаційному суспільстві, яка базується на соціально-рольовому підході вивчення особистості. Його основою є вивчення системи рольових ідентифікацій, які формуються у пересічній особистості у процесі соціального становлення, та їх констеляція з іншими рольовими диспозиціями. Змістова та ціннісна суть відображення оточуючого світу у свідомості пересічної людини залежить від того, ким у даний момент є суб'єкт – «я», та ким для нього є групова більшість «ми» та у яких стосунках ця більшість перебуває зі спільнотою «вони». Таким чином, ми пропонуємо чотири основні стратегії становлення картини світу особистості: сегрегація, ексклюзії, інтеграція та інклюдія.

Стратегія сегрегації. Використовується у системі рольовій системі, де спільнота «ми» чітко протиставляється груповому об'єднанню «вони». Це уявлення про світ та його закономірності, які притаманні групі осіб, що чітко диференціюють себе від певної групи осіб. Сегрегація – це процес індивідуального чи групового відокремлення на основі расових, етнічних, соціокультурних чи інших соціально-психологічних та психофізіологічних показників. У картині світу групи, які виступають ініціатором процесу сегрегації, позиція «ми» є статусно домінуючою, що робить їх модель світу елітарною та повноцінною. Елементи світу «ми» є досконалими та відмінними від світу у системі «вони». Відбувається чітке протиставлення «світу я та ми» моделі світу «вони». Стратегія сегрегації передбачає чітке соціокультурне окреслення образу спільноти, якій відбувається протиставлення. Групове об'єднання «вони» – це група людей (національність, раса, стать, професійний осередок), які є соціокультурним антиподом по відношенню до спільноти «ми». Наприклад, можна ідентифікувати себе «українцем» («я та ми»), у результаті чітко диференціюватися від «росіян» («вони») та на основі цієї ідентифікаційної ознаки протиставляти свою модель світу (у будь-якій версії) тій, якої притримуються представники ворожої культури. Основна когнітивна установка особистості у процесі конструювання світу на основі соціальної сегрегації є «бачити світ не як вони». У наших ранніх роботах ми визначасмо сегрегацію як один з основних механізмів організації матричного суспільства, яке обмежене колом суспільно-необхідних ролей та вимагає світоглядної (ідеологічної) єдності між різними рольовими особистісними репрезентаціями у соціальному середовищі. Тобто у системі ролей, які виконує індивід має бути спільна світоглядно-ціннісна основа, яка так чи інакше репрезентована у різних площинах загальної картини світу.

Стратегія ексклюзії передбачає відокремлення отриманого досвіду у вигляді знань, які належать колективному суб'єкту «вони» від іншого досвіду – «я-ми та інші». Відмінність від стратегії сегрегації полягає у зменшенні рівня групової конфронтації по відношенню до носіїв досвіду «вони». На рівні групового сприйняття картина світу та її змістове наповнення у вигляді знань, яке відрізняється від соціально-прийнятної моделі, ігнорується, а її значимість та можлива доцільність знецінюється. На рівні групової свідомості «ми» знання, які не належать їх системі світоглядно-ціннісних уявлень не сприймаються, проте визнається їх існування як щось знеособлене. Якщо у системі «ми», знання мають свого індивідуального чи колективного суб'єкта походження, то у системі «інші» вони його не мають, а отже унеможлиблюється взаємодія з досвідом та діалог з мовцем.

Основне завдання стратегії ексклюзії показати, що є «нашим» – знання, досвід, моделі сприймання, система інтерпретацій, а усе інше, що не пройшло групового маркування на відповідність ціннісно-смісловій основі усталеної картини світу більшості, апіорі стає частиною досвіду «інших».

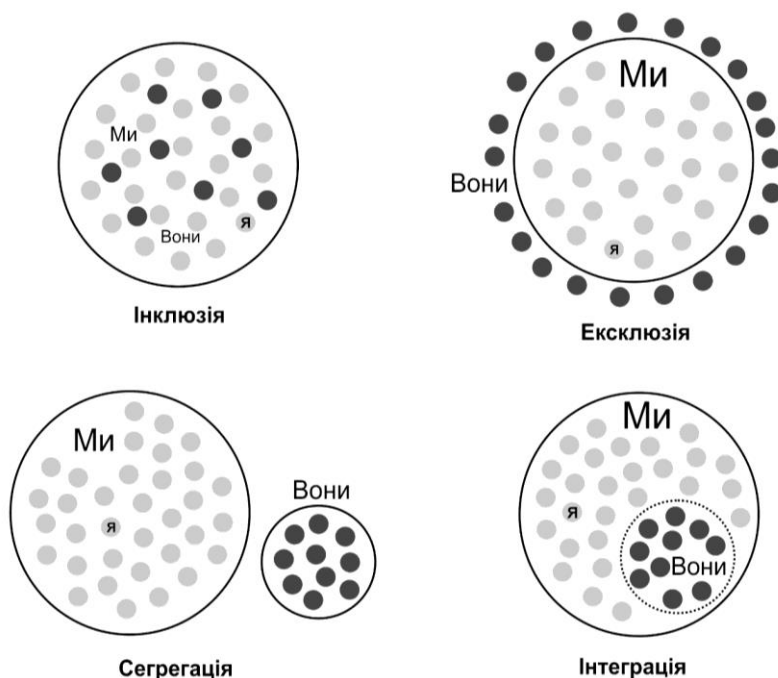


Рис.1.2. Стратегії особистісного світосприйняття в умовах інформаційного суспільства

Стратегія інтеграції використовується у системі ролівої ідентифікації де спільнота «вони» є певною підмножиною групового об'єднання «вони». На рівні культури – це існування субкультур, на рівні соціальної групи це може бути неформальна її частина, яка, хоча і виступає, певним чином як соціокультурний антагоніст, проте у своїй ціннісно-смысловій основі зберігає цілісність з групою більшістю. Основа картини світу має своє ціннісне ядро, яке формує однорідне ставлення до усіх елементів, що входять в її структуру. Певні відмінності можливі лише у тих змістових блоках, які знаходяться на периферії та не є вирішальними для збереження культурної цілісності. Стратегія інтеграції використовується представниками елітарної культури, яка намагається поглинути та розчинити у собі інші, менш захищені культурні формування. Групова меншість «вони» зберігає свою цілісність, проте здебільшого, розчиняється у колективній більшості «вони». Основною стратегії інтеграції є пошук спільних центральних світоглядних паралелей та точок дотику, проте зберігається ідеологічна культурна орієнтації на «вони», яка існує з метою посилення ідентифікації «я» з «ми» та інтеграції у її межях. Носіями досвіду «ми» є групові об'єднання, які є менш кількісно представленими та не можуть здійснювати культурну експансію на

рівні групового потенціалу «ми». Наприклад, у Радянському Союзі описовий прикметник «радянський» мав більш узагальнюючу характеристику ніж національність, професія, стать. Закономірним було приписування цього атрибуту усьому, що мало соціальне схвалення та дозволялося системою державної номенклатури і навпаки – використовували прикметники «буржуазний, капіталістичний» у випадках опису соціально-негативних явищ, фактів, подій. Це можуть бути, наприклад, національні меншини, ЛГБТ спільноти, ліворадикальні політичні сили, які мають меншість і суттєві світоглядні розходження з базовою моделлю світу, проте на рівні загальної групової організації чи перед небезпекою потужного ворога, вони вдаються до пошуку інтегруючих знань та спільних ціннісно-сміслових позицій з масовою картиною світу.

Стратегія інклюзії є найбільш плюралістичною та особистісно спрямованою, вона позбавляє соціальних обмежень та дозволяє інтегрувати в індивідуальну картину світу знання та досвід вироблених у межах різних культур та епох. Загальні теоретико-методологічні основи ідеї інклюзивного суспільства були закладені у роботах зарубіжних психологів Дж. Повела, П. Мітлера, Р. Річардсона, Ф. Фейнера, І. Секрета, Г. Томаса, які першими, починаючи з 80-х років ХХ ст., почали окреслювати принципи функціонування інклюзивного суспільства (як називав його Дж. Повел – суспільства «соціальної справедливості») [390; 416; 419; 421; 423; 429]. Принципи за якими воно функціонує дають можливість кожному члену спільноти бути включеним у систему соціальних зв'язків, виконуючи суспільно необхідні види діяльності, та реалізувати власні потреби. Філософія інклюзивного суспільства базується на розумінні існування відмінностей між людьми, які у системі налагодженого взаємообміну, допомагають вирішувати проблеми, працювати над проектами, налагоджувати стосунки, будувати спільний життєвий простір. У деяких ситуаціях, які ми розв'язуємо у повсякденному житті разом з іншими членами спільноти, гендерна, релігійна, національно-етнічна, професійна рольова позиція не впливають на їх позитивний розв'язок. Наприклад, людина, яка знаходиться у палаючому будинку, не розраховує на те, що її має врятувати християнин чоловічої статі, який розмовляє російською мовою. У цей момент важливим є те, що той, хто врятує її з вогняного полону буде рятувальником. Інклюзивне суспільство сконструйоване таким чином, що кожен з нас має можливість бути корисним, виконуючи набір просоціальних ролей, зберігаючи можливість реалізовувати і інші рольові позиції, які мають індивідуальне значення. Інклюзивна стратегія формування картини світу полягає у прийнятті позиції «вони» на одному рівні з «ми», причому вона не передбачає світоглядної конфронтації та зумовлює взаємодоповнення, збагачення культури один одного. Базова модель світу, якою керуються члени інклюзивної спільноти, складається з безлічі картин світу, які підпорядковуються у загальній системі цінностей ідеї рівності усіх, а отже гарантує право на існування альтернативних моделей сприймання дійсності,

можливі відмінності в інтерпретації подій та явищ, які відбуваються у межах культурного простору. Суб'єкти соціальних відносин, які використовують інклюзивну модель конструювання картини світу, мають більший ресурсний потенціал для розвитку, оскільки ідентифікація мовця відбувається з огляду на його рольову доцільність у конкретний момент взаємодії. Рольове різноманіття є основою більш ефективної соціальної життєздатності. Для вирішення окремих проблем, навіть глобального суспільного характеру, може знадобитися людина, яка є носієм досить своєрідного особистісного досвіду, який в соціально-стратифікованому суспільстві просто не може з'явитися. Кожен член спільноти є носієм унікальних знань та унікальних властивостей; їх суспільна необхідність залежить не від номенклатурного ставлення до окремих верст населення, які з'являються як спроба уніфікувати групу(и) осіб за певною ознакою, а від ситуації в якій вони знаходяться. З найбільш трагічних сторінок нашої історії, долі кримських татар, євреїв під час Другої Світової Війни, ілюструється згубність соціальної поляризації для суспільного прогресу. Виявилось, що загинули та були розстріляні не лише «вороги народу», але й видатні інженери, художники, архітектори, військові, та ті, хто могли зробити значний вклад у розвиток того суспільства, яке їх знищило.

Стратегіальна організація світосприйняття обумовлена індивідуально-психологічними властивостями особистості (когнітивний потенціал) та соціокультурними властивостями середовища. Соціум є визначальним у процесі становлення картини світу, проте змінюються рамки його функціонування та збільшується, під натиском глобалізаційних процесів, дифузія його учасників. Глобалізація світової спільноти призвела до усвідомлення необхідності спільного співіснування, налагодження спільної діяльності і розуміння, на рівні міжкультурного діалогу, неможливості подальшого існування в умовах державної чи культурної ізоляції. Сучасні засоби масової комунікації забезпечують доступ до глобального суспільного досвіду. У сучасному інформаційному суспільстві картина світу пересічної особистості формується з елементів транскультури, яка властива людській спільноті загалом.

Модель становлення картини світу особистості (соціально-рольовий підхід)

Картина світу пересічної особистості формується у процесі вирішення нею наступних завдань, які обумовлюють характер та спосіб інтеграції досвіду до індивідуальної свідомості у вигляді знань та світоглядних переконань (рис.1.3).

І етап взаємодії з інформацією передбачає ідентифікацію суб'єкта мовлення та визначення його рольової диспозиції – актуальної публічної ролі. Процес ідентифікації відбувається у певному соціокультурному контексті, який накладає свій відбиток на те, хто у момент мовлення може виражати суспільно-прийнятну точку зору (громадську думку). Сприйняття

особистістю інформації відбувається в історичному, суспільному, рольовому та ситуативному контексті.



Рис. 1.3. Функціональна модель інтеграції суспільного досвіду в індивідуальну картину світу особистості

Ідентифікувати джерело інформації – це означає детально вивчити соціально-психологічну структуру мовця, реконструювати його персону у своїй картині світу. Соціально-психологічні маркери, атрибуція яких здійснюється у процесі інформаційних взаємовідносин, стосуються тих рис особистості, які дозволяють суб'єкту інформаційних відносин займатися публічною інформаційною діяльністю, виражати певну думку, претендувати на публічне визнання та підтримку. Історичний контекст сприйняття тримає підвалини налаштування на інформаційну взаємодію двох та більше суб'єктів спілкування. **Оскільки картина світу в інформаційному суспільстві, у першу чергу, має геополітичну структуру, етнонаціональний чинник особистісної взаємодії є одним з основних.** Суспільна історія, публічна інтерпретація та ідеологічна підтримка фактів суспільної життєдіяльності слугують певним орієнтиром пізнання світу, вони показують наскільки доцільною була взаємодія з представниками інших соціокультурних та етнонаціональних осередків у призмі декількох поколінь, що екстраполюються на взаємовідносини сучасності. Історична ідентифікація джерела інформації визначає сутнісну характеристику знань, які вона поширює, робить їх сутнісно та духовно «своїми» або навпаки – «чужими». Пошук спільної історії є початком геополітичного об'єднання людей у межах спільної моделі світу – досвіду спільного «ми», який будувався упродовж поколінь, і якому важко протиставити власні факти індивідуальної життєдіяльності. Суспільний контекст доповнює історичну реконструкцію сучасності. Це, свого роду, історія сучасності, яка пов'язує інформаційний контент з ідеологічною основою суспільства. У межах нашого дослідження, яке виконувалося після подій на Майдані Незалежності 2014 року, ми зафіксували потужний інформаційний прорив «українськості», який визначає суспільне світосприйняття у напрямку «думати як українець – усі українці саме так думають» або «робити як українець» тощо.

Рольова індикація передбачає вивчення індивідом соціально-психологічних характеристик, які є важливими у контексті індивідуальної інформаційної взаємодії. У конкретний момент мовлення пересічні люди здійснюють соціальну перцепцію на основі тієї рольової позиції, яку займає мовець, та тієї ролі, яка є для нього властивою (важливою) у конкретній ситуації. Це є відправною точкою для визначення власної ролі та подальшої взаємодії. Відповідаючи на питання «хто мовець?», пересічні люди намагаються одразу відповісти і на інше питання «хто я у цій ситуації, з огляду на те, ким є мовець?». Невелика частина людей може зберегти особистісну автентичність та протидіяти примусовій ідентифікації. Кожна рольова позиція, у суспільній рольовій матриці, може перебувати у специфічній взаємодії з іншими ролями.

Ми виокремили три системи ідентифікації ролі: монополярна, уніполярна та біполярна (рис. 1.4.). Монополярна ідентифікація – це усвідомлення ролі на рівні «я», яка не потребує групової ідентифікації на рівні «ми» та «вони», пошуку групової більшості чи опозиції. Такий вид ідентифікації є найбільш полenezалежним у процесі інформаційного обміну, оскільки не передбачає орієнтації на моделі сприймання групової більшості. У межах нашого дослідження такий вид рольового ідентифікування найчастіше зустрічався у межах ідентифікації родинних стосунків та соціально-професійної ідентифікації. Уніполярна ідентифікація передбачає усвідомлення власної ролі на рівні «я» та «ми». На рівні «ми» ідентифікація передбачає ототожнення себе з груповою більшістю, яка може побутувати як множинний відповідник «я» (наприклад, «українець-українці») чи інше групове утворення на рівні «ми». У процесі інформаційної взаємодії такий тип рольової ідентифікації передбачає орієнтацію на думку більшості та загальноприйнятну модель сприймання об'єктивної дійсності. У результаті інформаційного обміну? утворена індивідуальна картина світу не повинна дисонувати з масовою. Біполярна ідентифікація передбачає усвідомлення в одній рольовій системі позицій «я», «ми» та «вони». У цій рольовій системі позиція «вони» утворює специфічну сукупність контенту, який утворює анти-модель світу. Для пересічної особистості, яка диференціює інформаційний контент у системі «ми» та «вони», важливо зрозуміти, яка частина з представленого соціального досвіду стосується системи «вони» та вибудовувати ставлення чи інтерпретацію будь-чого за діаметрально протилежним принципом. Біполярна ідентифікація є переважаючою у рольовій системі координат пересічної людини, це стосується тих ролей, які є спільними для більшості: етніонаціональні ролі, ідентифікація статі чи соціально-культурна приналежність (професійна, релігійна, політична).

II етап передбачає ідентифікацію власної рольової позиції та встановлення зв'язків з адресатом. Перебуваючи у системі стосунків «ми» адресат намагається максимально інтегрувати отримані знання у власну картину світу; ставлення до дійсності може змінюватися залежно від того, у якій системі стосунків перебувають мовець та адресат – «ми» чи «вони».

Пересічна особистість орієнтується, у першу чергу, на загально групову модель сприймання, яка підпорядковує собі інтерпретаційні схеми аналізу отриманої інформації.

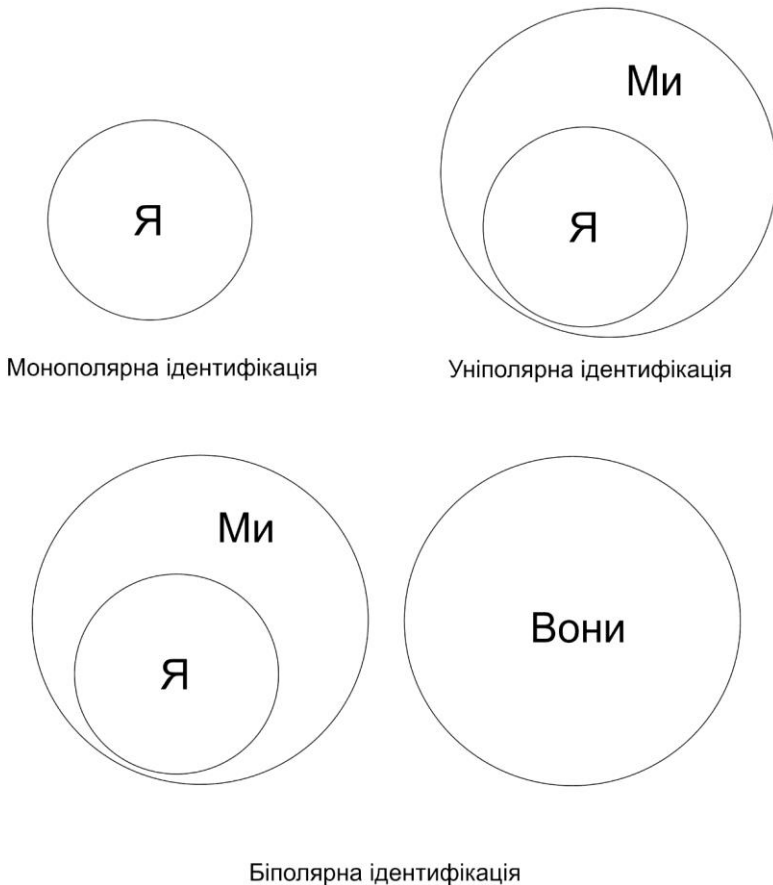


Рис. 1.4. Типи рольових ідентифікацій

III етап. На цьому етапі відбувається інтеграція отриманого досвіду у картину світу особистості. Перероблена суб'єктом соціальних відносин інформація стає частиною індивідуального досвіду «я» («ми»), або входять у систему знань, яка складає основу анти-картини світу. Ми диференціюємо два способи інтеграції знань в індивідуальну свідомість особистості: творчу та пасивну, які залежать від особистісного налаштування суб'єкта соціальних відносин взаємодіяти з інформаційним контентом. Вона може мати реорганізуючий характер – зміна базової моделі світу, доповнюючий –

інтеграція нових елементів у вже існуючу модель та деривуючий – руйнування усталеного імпліцитного уявлення про світ та утворення на його основі нової моделі світобудови.

З огляду на це, одним з найбільш нагальних завдань сучасного суспільства є організація психологічної та інтелектуально-моральної підготовки людини до взаємодії з інформаційним середовищем. Сучасне суспільство орієнтоване на пасивне споживання інформації, що може бути використано з метою маніпуляції масовою свідомістю, формуванню особистісно деструктивної і суспільно-небезпечної активності. З позицій творчої конструкторології В.О. Моляко, творчість є найбільш потужним механізмом адаптації людини в сучасному інформаційному середовищі. Творчість змушує людину «переробляти», «фільтрувати», «сумніватися» у змісті контенту, шукати знання в собі (конструювати модель світу через призму власного досвіду), робити їх своїми [215]. Творчість унеможливорює пасивне споглядання; вона є інструментом інтелектуального і духовного пізнання світу, що в поетичній спадщині В.О. Моляко постає перед нами як рятувальне коло сучасної людини та людства.

ВЗАЄМОДІЯ З ЦИФРОВИМ ІНФОРМАЦІЙНИМ ПРОСТОРОМ ТА ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІРТУАЛІЗАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ

Психологічні проблеми життєдіяльності особистості у інформаційному просторі. Екологічні аспекти інформаційної безпеки суспільства

Психологічна безпека особистості в інформаційному просторі за останні роки перетворилася у проблему першочергового суспільного значення. Стан потенційної небезпеки або перманентної безпеки став звичним для усталеної суспільної життєдіяльності більшості країн. Формування уявлень про базові елементи середовища, про «світ загалом» відбувається «лінійно-концентричним» шляхом. Поступове накопичення знань та віковий ценз виготовлення елементів матеріальної та духовної культури допомагає вберегти психіку дитини від надмірного емоційного та інформаційного перевантаження. Люди, які отримують знання про оточуючий світ із телевізора, газет, Internet-ресурсів намагаються привести у відповідність зовнішній, реальний світ із тим світом, який вони реконструюють за допомогою засобів медіа [388]. Зміст і форма опису будь-якого явища для різних вікових груп містить різні інформаційні модулі, які ускладнюються та поступово у процесі соціалізації, розширюють межі знань людини, її світоглядні уявлення. У практичній діяльності індивіда важливішою є суб'єктивна інформація про оточуючий світ, оскільки вона містить індивідуальні враження про нього (досвід взаємодії зі світом), а тому допомагають краще адаптуватися до оточуючого середовища. **Досвід є вмістилищем індивідуальних знань про світ, відібраних та розміщених таким чином, щоб найкраще взаємодіяти зі світом та власним «Я».** Він відсіює усі зайві, непотрібні, хибні інформаційні блоки та регулює поведінку людини таким чином, щоб якомога краще засвоювати необхідні знання.

З різною метою суспільство штучно регламентує доступ до окремих елементів культури, таким чином, формується соціально-корисна поведінка, вектор суспільного розвитку, знімається соціальне напруження та міжгрупове протистояння. На думку Т.М. Тіхомірової, сучасне суспільство характеризується наявністю протиріччя, за яких, з одного боку, відбувається стимуляція здобуття досвіду, а з іншого – протидія [318]. Завдяки цьому вектор розвитку можна контролювати і змінювати у вигідному для суспільства напрямку. Доступ до одних видів досвіду є «загальнодоступним» (правила етикету, побутова діяльність), до інших – «закритим» (виготовлення атомної бомби). Доступність інформації регулюється як на законодавчому, так і на культурному рівні (у якості табу, звичаїв, заборон) (С. Ямагучі) [266].

Накопичення досвіду інформаційної діяльності формує особливий стиль взаємодії з інформаційним середовищем, який враховує специфіку соціально-рольової поведінки особистості («межі публічності – інтимності» у інформаційних відносинах), особливості трудової діяльності: швидкість оновлення знань у галузі, зміна умов трудової діяльності, психофізіологічні властивості особистості. Стиль інформаційної діяльності включає в себе

усталені способи та алгоритми розв'язання життєвих завдань, які потребують пошуку знань: «довіра-недовіра» до окремих медіа-засобів, культурних та ідеологічних формувань (наприклад, до християнства, як способу пояснення явищ об'єктивної дійсності), перевірки достовірності інформації та включення її в індивідуальний життєвий контекст: наскільки отриманні знання є дійсно важливими та актуальними для особистості.

Інформаційна безпека суспільства є одним з пріоритетних напрямків розвитку обороноздатності держави. У сучасному світі, повитому мережевими комунікаціями та засобами трансляції інформації, силова тактична перевага на полі бою може важити менше ніж технологічна та ідеологічна. Психологічна безпека інформаційного середовища в останній час знижується за рахунок різкого зміщення акцентів як і у освітній галузі, так і у галузі культури і мистецтва. Інформаційний зміст освіти насичується знаннями, які допомагають пізнавати світ і все менше залишається знань, які вчать цей світ відчувати. Регуляція доступу до інформаційної продукції, на жаль, є умовною, а саме поєднання змістових блоків – абсолютно непродуманим, як у плані гармонії змісту та форми, так і в плані дозованості її споживання.

Порушення психосоціального розвитку можуть бути спровоковані особливостями медіа діяльності суспільства, порушеннями екологічної безпеки інформаційної продукції, «неконтрольованістю» інформаційної активності окремих членів суспільства та соціальних угруповань. «Важлива функція культури полягає у створенні ідеальних форм... Культура може притягнути, а може відштовхнути чи не помітити. Іншими словами, між ідеальною і реальною формами існують різниці потенціалів, що і породжують рушійні сили розвитку» (В.П. Зінченко) [121, с. 228-229]. Сприйняття та переробка інформації вимагає розвитку психосоціальної готовності особистості до усвідомлення та адекватної реакції на неї. Відкритість і доступність медіапростору для різних вікових категорій населення вимагає від комунікатора зваженого підходу до виготовлення інформаційної продукції, яка має бути доступною у межах «порогового сприйняття» саме тієї цільової аудиторії, на яку вона розрахована [75].

Екологічність інформації – це її природовідповідність психосоціальному розвитку людини, яка дає можливість створити безпечне для неї інформаційне середовище. Порушення екологічності може стосуватися як змісту повідомлення, так і його невідповідності світоглядним уявленням людини, несумісності знакових систем реципієнта та комунікатора, історичного контексту повідомлення. Одна і та ж інформація у різних контекстах та способах оприлюднення може спричиняти масові заворушення, агресивні та протиправні дії, емоційний дискомфорт та інші психосоматичні розлади.

Вчення про ноосферу та «розумове поле землі» В.І. Вернадського, Е. Леруа, П.-Т де Шардена, К. Ясперса зумовили виникнення соціальної екології, яка вивчає діяльність та взаємодію соціальних екосистем, світу

створеного за образом та подобою людини [19; 361]. Закономірності діяльності природних біологічних екосистем можна екстраполювати на соціальні спільноти. За принципами еволюційної теорії Ч. Дарвіна «боротьби за існування та еволюції видів» відбувався розвиток народів, держав, культур; як і в природі, у них є два шляхи розвитку – еволюція, перехід кількісних показників у якісні новоутворення, та революція. Ці два процеси соціальних перетворень є похідними від результатів інформаційних відносин у суспільстві, перший із яких здобувається шляхом культурного, інтелектуального розвитку суспільства, інший – як наслідок порушень інформаційних зв'язків у суспільстві, інформаційного «трембування», ідеологічних викривлень пояснення явищ об'єктивної дійсності, що може, в будь-який момент у точці біфуркації, призвести до неконтрольованого вибуху соціального невдоволення. О. Кабанес та Л. Насс у роботі «Революційний невроз» (1906) проводять ілюстрації впливу революційного хаосу на психофункціональний стан людей: виникнення «великого страху», садизм та психо-афективні реакції [129]. Однією з причин виникнення суспільно неконтрольованої поведінки вони вважали «великий страх», який виникає як охоронна реакція на ситуації соціальної фрустрації. Він призводить до виникнення заперечення на етапі сприймання об'єктивної істини, що породило у роки французької революції (1789-1799) немотивовану агресію, садизм, масову соціальну безвідповідальність та інші форми девіантної та соціально-небезпечної поведінки.

«Суспільне багатоголосся», яке характеризує сучасне суспільство, на думку Т.М. Титаренко, уможливорює існування різних ідей, думок, поглядів, які не є шкідливими самі по собі, а лише у випадку виникнення антагонізму між уже сформованими світоглядними уявленнями людини та новою руйнуючою їх інформацією [315]. **Шкідливою є не сама інформація, а реакція на неї, яка є настільки передбачуваною – наскільки адекватно та повно зрозуміє повідомлення кінцевий адресат.** Питання екологічної безпеки інформації напряму пов'язане з регуляцією доступу до неї та, що найголовніше, з проблемами несанкціонованого доступу, оскільки лише у цьому випадку (доступу до неї нецільової аудиторії) можлива неконтрольована, непередбачувана реакція.

Ще з початку 70-х років в ХХ ст. було помічено, що засоби масової інформації використовуються терористами для здійснення актів публічного насилля [405]. Вони мали створювати хвилю співучасті громадян у подіях, які наводили жах та пригнічували, що створювало сприятливу можливість для маніпуляції масовою свідомістю. Терористичні організації створюють власні медіа для формування ідеологічно коректної картини світу в якій вони є борцями за справедливість, захисниками скривджених. В інших випадках вони роблять прикутими біля екранів телевізора або інших інформаційних ресурсів з метою дезорганізації та поширення панічних настроїв серед населення. На це свого часу звертав увагу Ю.П. Зінченко: «все те, що стосується мас-медіа можна з повною впевненістю констатувати, що

екстремісти давно бачать у них ключовий засіб для пропаганди своїх ідей. Втягнення засобів масової інформації радикально налаштованими групами у свої тактичні плани по розповсюдженню страху та паніки у суспільстві, закликам до радикальних та протиправних дій, пропаганді ідеології ксенофобії та нетерпимості» [122, с.50].

Суспільно-політичне протистояння, яке базується на існуванні протиріч та явно вираженого конфлікту міжрегіонального, міждержавного та глобального характеру, може призвести до прямого фізичного та психічного насилля. Основою будь-якого військового протистояння є боротьба за ресурси та можливість володіння ними. В якості ресурсів, які можуть становити предмет конфлікту, виступають як матеріальні (природні) ресурси, так і духовні, інтелектуальні надбання, ідеологічні переконання. Мотиваційний потенціал ведення війни завжди потужніший, якщо за зовнішніми ресурсними причинами її виникнення стоять високі ідеологічні переконання, які світоглядно диференціюють людей на «своїх» та «чужих». Військове протистояння може відбуватися у фізичній, економічній, культурній, соціально-політичній та інформаційній площині. Інтеграційні та глобалізаційні процеси ХХІ ст., які попри усе (боротьбу за ресурси, перенаселення планети) набувають гуманістичного забарвлення, формують у суспільстві гостре однозначно негативне ставлення до фізичного насилля. Будь-яка фізична агресія має бути виправданою, особливо коли вона здійснюється у межах територіально і соціокультурно цілісної спільноти. На думку В.О. Моляко, «незліченна армія «інформаційних військ» та «бандформувань» не просто стоїть біля воріт, а перейшла і переходить межі нашої свідомості, захоплює тили підсвідомості, «беручи в полон» або просто знищуючи «міста і села» наших нейронів» [267, с.16].

Сучасна соціально-економічна інфраструктура більшості розвинених країн настільки інтегрована одна в одну, що у більшості випадків фізичне захоплення території з метою володіння ресурсами є недоцільним. Фізичне та економічне протистояння призводить до виникнення економічних, демографічних, екологічних проблем, які, у випадку перемоги однієї з сторін, лягають на плечі переможця. На сучасному етапі розвитку суспільства стратегічно виражено військова кампанія починається з інформаційного, ідеологічного та культурного протистояння. Якщо до цього основою процесів групової диференціації, яка стояла в основі будь-якого збройного протистояння, був поділ на «ми» та «вони», сучасна інформаційна війна відбувається у напрямку об'єднання різних «вони» у єдине «ми». Для військового агресора головним є поширення сфери впливу на нові території, а не фізичне їх загарбання та знищення населення. Інформаційна війна сучасності – це війна, передусім, світоглядна, боротьба за розум людини та її переконання, які є вищими регуляторами соціальної активності. Знищення соціальної та економічної інфраструктури регіону не має економічної доцільності, тому такі війни «без пострілів та жертв» мають не лише гуманітарну спрямованість, а й передусім – ресурсну ефективність.

Ресурсною основою проведення інформаційних воєн є засоби масової інформації, які дають можливість контролювати медіасередовище.

Інтегративна сила об'єднання людей в ім'я чогось завжди буде програвати силі інтеграції проти чогось. Образ ворога у засобах масової інформації підтримується за рахунок формування почуття страху, який змушує об'єднуватися задля захисту. У масовій свідомості колективного суб'єкта соціальних відносин він екстраполюється не стільки на окремих людей, як на цілі національні (політичні, релігійні, професійні) об'єднання. При зверненні до історичних фактів стає зрозумілим, що образ ворога в особі цілого кримсько-татарського населення, як під час Другої Світової Війни, так і після анексії Криму є результатом інформаційного протистояння, яке неможливе без персоналізації у масовій свідомості деякого «вони», яке може нести потенційну небезпеку, з метою групової консолідації та інтеграції членів спільноти навколо певної ідеї. Таким чином, виникають міфи про «бандерівців», «фашистів», «карателів», які пов'язані з реальними трагічними сторінками історії нашого народу, проте використовуються у іншому контексті та за інших обставин з метою позначення деякого ворожого «вони», яке несе відповідальність за усі негаразди у суспільстві. У XV ст. образ «відьми» був пов'язаний з наслідками пандемії чуми в Європі та безсиллям католицької церкви, яка була основним джерелом інформації у боротьбі з нею. У результаті інформаційної пропаганди, яка зловживала загальними панічним настроями населення та страхом смерті, культивує образ ворога – у більшості випадків жінки, яка винна у масовому вимиранні людей. У той же час Генріх Крамер видає свій знаменитий трактат «Молот відьом» (1487) (*Malleus Maleficarum*), який детально описує, як можна розпізнати відьму, яким чином можна її знешкодити або знищити. Масове поширення видання призвело до численних вбивств молодих жінок на території середньовічної Європи.

Протистояння починається з процесів диференціації та групової поляризації, яка може виникати як у процесі цивілізаційного розвитку, так і у результаті штучного поділу спільноти на групи за певною ознакою. Загалом виправданою залишається агресія, яка здійснюється проти «чужих», задля захисту інтересів «своїх». У свідомості людей оборонні війни мають ідеологічно виправдане підґрунтя. Пропаганда таких військових протистоянь наповнена гаслами «Захистимо вітчизну», «не поступимося ворогу», «геть фашистів». Держава, яка претендує на світове визнання та лідерські позиції, не може вести відкритих загарбницьких війн, оскільки така відкрита агресія може призвести до консолідації інших держав проти неї, проте визвольна війна завжди матиме позитивний вплив на неї, навіть якщо «визволителі» поводитися гірше «загарбників».

Обмежений доступ до інформації спричиняє штучний інформаційний вакуум, у якому людина починає хаотично шукати будь-яку інформацію, яка так чи інакше пов'яже її з оточуючим світом. Інформаційна депривація не менш шкідлива для людини, ніж інші види, які пов'язані з сенсорними

відчуттями. В умовах обмеженого доступу легше маніпулювати масовою свідомістю, перебудовувати систему цінностей та ламати усталені стереотипи. Технологія «промивання мізків» (brainwashing), яка масово використовувалася під час війни у В'єтнамі передбачала не лише позбавлення людини елементарних фізичних благ, людину позбавляли зв'язку зі світом. Трактат Сунь Цзи (544-496 до н.е.) «Мистецтво війни» містить узагальнення стратегічно зваженого ведення військових дій, «гуманною» стороною якого, оскільки автор вважав, що війна не повинна перетворюватися у масове винищення населення, є ведення так званого ідеологічного протистояння: зневіра населення у своїх правителів, втрата етнічної гордості, релігійна експансія, які сьогодні можна розцінювати як перші спроби ведення «інформаційних війн». **Геополітичні протистояння давно уже перейшли з полів бойових дій на шпальти газет, телеекрани та соціальні мережі.** Фізичне військове протистояння та підтримка його цільовою аудиторією споживачів можлива лише у випадку його ідейного виправдання. Наприклад, США провела вже не одну військову операцію у світі під егідою «забезпечення демократизації суспільства», хоча усі вони мали значну, передусім, економічну доцільність. Справедливість – це базова категорія, яка змушує людину особистісно сприймати ті події, які донедавна не були предметом її цікавості. А боротьба за неї (будь-де) виправдовує усі інформаційні, політичні, релігійні, культурні зловживання та перекручення. Інформаційне медіасередовище здійснює підміну цінностей, підміну пріоритетів особистісного самосприйняття. У 2014 році більшість населення Російської Федерації, Білорусі, та частина українців, на яке поширився вплив проросійських ЗМІ раптово згадали, що вони «слов'яни», «русичі»; такою ж «мантрою» у вигляді «демократії» та «свободи слова» наповнене сучасне інформаційне середовище США та країн Євросоюзу. Якщо ініціатора інформаційної війни, хоча й не легко, проте можна виявити, реалізатор завжди залишається знеособленим. Однією з причин є те, що «друг» ти чи «ворог» вирішує те, чи приймаєш ти концепцію світу, яку поширює медіасередовище, чи ні. З іншого боку, хоча відомі реальні персони, на яких мають відбитися наслідки інформаційного протистояння, агресія поширюється не на них (оскільки війна переходить у русло прямої агресії, а отже є несправедливою), а на всю спільноту, яка з ними пов'язана. З'являються вороги народу, дисиденти, маргінали, «інакомислячі».

Виникнення ряду психологічних проблем напряму пов'язане з «беззахисністю» людини перед медіасередовищем, яке поступово під тиском транснаціональних процесів глобалізації, перетворюється на гігантську, незалежну субстанцію. **У XXI ст. світом править медіа.** Існування розгалуженої інформаційної мережі призвело до глобалізації та уніфікації суспільного світосприйняття. Таким чином, на думку Н. Лумана «Те, що ми знаємо про наше суспільство і навіть про Світ, у якому живемо, ми знаємо завдяки мас-медіа. Це твердження справедливе не тільки по відношенню до

нашого знання про суспільство й історію, а й щодо пізнання природи» [201, с.8].

Одним з прикладів використання терористами засобів масової інформації з метою популяризації своєї діяльності є викрадення членами організації «Хазбола» (Hezbollah) у 1985 році рейсу 847 «Transworld Air Lines», який мав курсувати з Риму до Каїру. Терористи переганяли літак спочатку до Бейруту, потім до Алжиру, потім знову до Бейруту, навмисно затягуючи час та збираючи сотні журналістів. Найбільші телеканали США впродовж більше двох тижнів тримали 90% населення прикутими до телеекранів, відволікаючи чи навмисно фокусуючи увагу на подіях, які не були у зоні безпосереднього впливу більшості глядачів. Одним із завдань кібертерористів або тих, хто використовує засоби масової інформації з метою маніпуляції свідомістю пересічних споживачів є відволікання їх уваги від тих подій та явищ, які мають значення та вирішення яких є у зоні їх безпосереднього впливу.

Суспільною дилемою ХХІ століття стало питання обмеження доступу до інформації, особливо в умовах коли її кількість та якість обернено пропорційно зростають. У цих умовах суспільство намагається створити умови для кращого засвоєння інформаційного контенту – забезпечення доступу до інформації, створення спеціальних інституцій, які забезпечуватимуть функцію її збереження та поширення. З іншого боку, з початку ХХ ст. ми неодноразово ставали свідками того, що інформація може призвести до непоправної шкоди психічному та фізичному здоров'ю особистості, бути причиною виникнення масових заворушень та протиправних дій. Ще у часи розквіту древніх цивілізацій, людство зрозуміло, що знання та інформація є як коштовним ресурсом, так і зброєю, що може уразити супротивника не гірше інших видів. Проблема психологічної безпеки інформаційного суспільства напряму пов'язана з проблемами регуляції доступу до інформації та, що найголовніше, з проблемами несанкціонованого доступу, оскільки лише у цьому випадку (доступу до неї нецільової аудиторії) можлива неконтрольована, непередбачувана реакція. Відомий випадок виникнення масової паніки у результаті порушення екологічних вимог трансляції інформаційної продукції через радіо-ЗМІ. У 1938 році артисти Mercury Theatre on the Air перенесли сюжет роману Герберта Уеллса «Війна світів» на події, які відбувалися в тодішньому м. Нью-Джерсі (США). На початку один з артистів оголосив про початок вистави, після чого прозвучав прогноз погоди, а згодом з гучномовців почала звучати джазова музика оркестру під керівництвом Бернарда Херрманна. Згодом музику перервали екстреним повідомленням ніби відомого професора-астронома Річарда Пірсона, який спростовував можливість життя на Марсі. Згодом концерт продовжився і знову був перерваний екстреним випуском новин CBS з Карлом Філіпсом, у якому повідомлялося про приземлення невідомого металевго предмету, який почав знищувати усе навколо. Постановку вистави слухали приблизно шість

мільйонів осіб, п'ята частина з яких сприйняли її за реальні події. Почалися випадки масової істерії, люди почали барикадуватися у квартирах, тікати з міста, організовуватися у збройні загони, які мали б допомагати владі боротися з інопланетянами.

Однією з проблем забезпечення інформаційної безпеки українського суспільства є зниження рівня освіченості українців та їх освітньо-культурного розвитку. Незважаючи на збільшення кількості пересічних українців, які мають вищу освіту, відсоток тих, які мають достатній розумовий потенціал для критичного прийняття інформації різко зменшується (А.П. Пашков) [246]. Інформаційному перевиробництву сприяє удосконалення технологічних засобів передачі інформації (удосконалення мережі Internet, телекомунікаційного зв'язку, збільшення GSM покриття). Зменшуються витрати на тиражування інформації, а отже і збільшується кількість осіб, які охоплені контентом однорідного змісту.

У науковій літературі ми зустрічаємо розділення інформаційної безпеки на інформаційно-технологічну та інформаційно-ідеологічну (Н.М. Ковальова) [157]. Інформаційно-технологічна безпека полягає у забезпеченні доступу до інформації відповідно до соціально-вікового цензу, унеможливлення несанкціонованого доступу до неї, який може зашкодити психічному та фізичному здоров'ю особистості. Ідеологічна безпека полягає у забезпеченні доступу до інформації, яка має просоціальну спрямованість, та перешкоджанні доступу до інформації, яка призводить до протиправної поведінки, масових заворушень та спотворює усталену суспільну картину світу. Як зазначає В.Ю. Світлична загроза інформаційній безпеці може відбуватися у наслідок поширення неякісної інформації, впливу на інформацію, її зміст та форму передачі сторонніх осіб, які не мають кваліфікованої підготовки у цій галузі. Неможливості держави забезпечити стабільну роботу інформаційно-комунікаційних засобів, а також недосконалість нормативної бази регуляції інформаційної діяльності суспільства [281].

Соціалізація особистості у інформаційному суспільстві. Психологічна феноменологія соціальної віртуалізації та прояви Internet залежності

В умовах сучасного інформаційного суспільства пересічна особистість постійно перебуває у контексті основних подій глобалізованого світу. Технологічні засоби зв'язку дають можливість отримувати інформацію з різних джерел та від різних користувачів, які мешкають у різних куточках Землі. У чому вбачають переваги розвитку інформаційного суспільства: по-перше – це доступ до знань, які дають можливість вирішувати різні життєві завдання та знаходити найбільш оптимальні шляхи їх вирішення, по-друге – здійснювати різносторонню комунікацію з іншими людьми. Взаємне співіснування спільноти неможливе без обміну думками, ідеями, суб'єктивними враженнями, фактами та гіпотезами, саме тому ключовою ознакою соціалізації особистості є формування потреб брати та віддавати інформацію, що забезпечуються на психологічному рівні процесами спілкування, мислення, відчуття (перцепції) тощо. Потреба у інформаційній взаємодії з іншими членами соціального утворення іноді перевершує нагальні, об'єктивні потреби людини у знаннях для вирішення поточних завдань. У таких випадках зміст інформації нівелюється а на перший план виступає сам процес споживання чи передачі інформації. Появу інформаційного суспільства ініціювало стрімке збільшення та оновлення знань, разом з цим науково-технічний прогрес дозволив розширити побутові можливості пересічної особистості та доступу до них.

Цифрове інформаційне середовища, на сьогоднішній день, є одним з основних чинників соціалізації особистості. Ще до появи віртуального цифрового світу на цьому наголошували Е. Дюркгейм [107], у контексті існування надіндивідуальної спільноти для всіх реальності, Г. Зіммель [118] як існування простору, що складається з уламків (фрагментів) картин світу більшості та як факту соціальної взаємодії П. Бурдьє [48]. У середині минулого століття К. Поппером була висунута ідея про існування «трьох світів» життя людини. Перший – світ речей, пов'язував між собою фізичні предмети, об'єкти та факти. У результаті його відображення у свідомості та під час взаємодії з ним, формується другий світ, який містить суб'єктивні враження, індивідуальні когнітивні моделі явищ, фантазії людини. З метою узгодження існування цих двох просторів існує третій світ – інформаційний, який містить універсальні, статичні та позбавлені суб'єктивності людського буття знання [256]. Вершиною існування інформаційного світу вважається створення Internet-середовища, проте його функціонування у XXI ст. не може гарантувати тієї чистоти фактів і знань, про які говорив К. Поппер. Світ змінився у той момент, коли ідеальний світ інформації почав розчинятися у світі індивідуальних вражень та суб'єктивних суджень. Інформаційне середовище стало «світом» у якому функціонують реальні люди, а не ідеальні

стійкі факти, відмінність від «другого світу» К. Поппера полягає у масштабах індивідуалізації: від індивідуального відображення світу до колективного проте суб'єктивного. Не усі пересічні громадяни є активними користувачами переваг інформаційного суспільства та віртуального інформаційного середовища. Таким чином, представники «трьох світів» мають своїх представників інколи на рівні фізичної особи інколи на рівні ролі (рис.2.1). У силу технологічної недоступності та не сформованої інформаційної культури, суб'єкт соціальних відносин може функціонувати лише у фізичному просторі, або, у результаті втечі від реальності, проявляти соціальну активність виключно в Internet-середовищі.

Соціальна віртуалізація – це процес персоналізації особисті у цифровому соціальному середовищі. Кожен член інформаційного суспільства певною мірою включений у цифрову інформаційну мережу, а отже – має власний цифровий відповідник, який може бути точною копією персони або представляти образ, який лише у загальному відповідає реальній людині. Конструювання картини світу особистості відбивається у інформаційному соціальному середовищі, яке у XXI ст. майже повністю перемістилося у віртуальний простір. Сучасні соціальні мережі стали платформою для повноцінної соціальної репрезентації особистості: політичної, культурної, гендерної, релігійної.

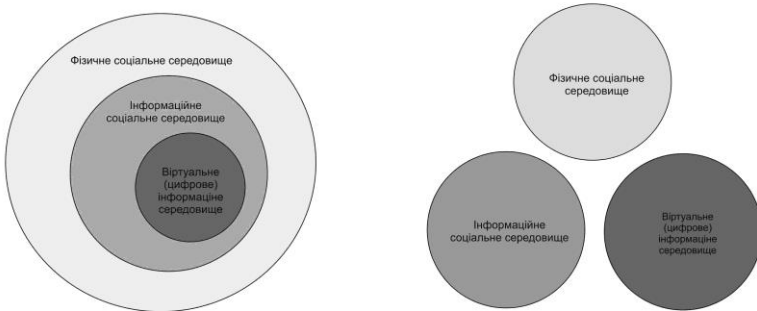


Рис. 2.1. Взаємодія фізичного об'єктивного, інформаційного та цифрового інформаційного середовища на рівні особистості (відповідно до ідей К. Поппера)

Життєдіяльність особистості обумовлена глобальним контекстом, які наповнюють психічний вимір її життєдіяльності додатковими стресорами. Формується постійна необхідність та культура щоденного споживання інформації у процесі інформаційного взаємообміну. Проте, якщо у часи становлення інформаційного суспільства цей взаємообмін був

централізований через підконтрольні ЗМІ, то на сьогоднішній день кількість незалежних суб'єктів інформаційної діяльності зростає: майже кожен член сучасного глобалізованого світу може займатися створенням та поширенням інформаційного контенту.

Дослідженнями процесів соціалізації особистості у цифровому інформаційному просторі в останні роки займалися О.А. Алексєєва, О.З. Кудашкіна, А.О. Жичкіна, А.І. Лучинкіна, Ю.М. Кузнецова, А.В. Чистяков, які емпірично підтверджують вплив Internet-середовища на формування особистості та становлення її картини світу [112; 176; 177; 199; 203; 359]. У межах досліджень О.І. Лучинкіної віртуальне інформаційне середовище складається з набору симулякрів, які формуються у результаті взаємодії з реальним фізичним світом проте функціонують незалежно від нього за власними законами часу, простору та фізики [204]. Віртуальний цифровий світ створюється як репродукція реального світу, проте він може мати інші властивості, які у фізичному світі є небезпечними а можливо і фатальними для людини. Наприклад, залежність від online-ігор формується як спосіб втечі суб'єкта соціальних відносин у віртуальний світ, який дає «другий шанс» стати лідером або проявити хоробрість, тобто переграти ті життєві події, які спричинили психічну травму у реальному житті (М.С. Іванов) [124]. Характер сюжету гри, яку обрала людина, може пояснити можливі причини втечі у ігрове віртуальне середовище. Логістичні ігри, наприклад, можуть приваблювати людей, які опинилися у стані душевної кризи у наслідок необдуманого планування фінансів чи втрати бізнесу. У процесі гри – суб'єкт намагається відтворити цю ситуацію і переграти її по-новому, декілька разів, прогнозуючи можливий фінал. Згубність такого віртуального програвання життєвих подій для особистості полягає у різкій підміні реальності, що полягає у трансфері закономірностей і правил цифрової гри на реалії життя. Наприклад, action-ігри, притуплюють у підлітків страх смерті, адже смерть у грі – це не смерть у реальному житті, у житті зберегти гру чи почати її знову неможливо (О.А. Гузьман, Н.О. Ляшенко) [83].

Цифрове інформаційне (віртуальне) середовища призвело до появи фізичної соціальної депривації (Н.В. Кориткова) [167]. Цей феномен проявляється у тому, що особистість свідомо дистанціюється від свого фізичного соціального оточення та починає задовольняти базові соціальні потреби у віртуальному середовищі. Отже, зменшується простір та можливості для спілкування у фізичному соціальному середовищі. Це може проявлятися найбільш гостро у системі спілкування різних поколінь, які порізному ставляться до інформаційно-комунікаційних засобів за допомогою яких відбувається взаємодія. За таких обставин, особистість не отримує достатньо фізичної взаємодії для задоволення базових соціальних потреб, що призводить до розладів сну, харчової поведінки, сексуальної активності тощо.

У межах цифрового інформаційного суспільства здобуття суспільного досвіду відбувається хаотичним шляхом, що може створити певну проблему контролю процесу доступу до знань з боку держави. Доступ до інформації майже не обмежений, і як виявила суспільна практика з досвіду існування проекту WikiLeaks¹⁶, забезпечити повний контроль за найсекретнішою інформацією неможливо. Найбільш вагомою характеристикою цифрового Internet-середовища є доступність до інформації різної якості та змісту, що зумовлює певну дестабілізацію внутрішнього стану особистості.

Інформаційно-комунікаційні засоби сформували особливий тип соціальних зв'язків, який базується на усвідомленні відсутності фізичних перешкод для здійснення комунікації та взаємовідносин з іншими суб'єктами соціальних відносин. У першу чергу причиною цього стала поява соціальних мереж, які дозволили розширити коло спілкування пересічних людей за рахунок гнучкої системи модульного самоконструювання особистості у віртуальному середовищі. Віртуальний відповідник людини, а у певних випадках віртуальний заміник, конструюється на внутрішніх уявленнях суб'єкта соціальних відносин про еталонні соціально-прийнятні особистісні характеристики, які підтримуються, схвалюються та знаходять позитивну оцінку у більшості. «Постмодернізаційні процеси посилюються віртуалізацією культури. Звільнення людини від соціального примусу, помножене на позбавлення фізичної тілесності, довершило перетворення індивіда на зображення. У цифровому середовищі зникає людське фізіологічне (біологічне) тіло та з'являється тіло віртуальне, яке людина наділяє довільними ознаками, нівелюючи природні відмінності статі, раси, національності, зовнішності тощо» [178, с.282].

У дослідженні, яке було проведено соціологічною агенцією GfK Ukraine на замовлення Центру «Нова Європа» та профінансованого регіональним представництвом Фонду ім. Фрідріха Еберта в Україні у 2017 році було окреслено соціально-психологічний портрет покоління «Z» (осіб юнацького віку та віку ранньої дорослості сучасності) [329]. У дослідженні взяли участь 2000 осіб з усієї території України (за виключенням тимчасово окупованих АР Крим та частин Донецької та Луганської області) у віці від 14 до 29 років. У результаті репрезентативного для цієї соціально-вікової категорії осіб опитування було встановлено, що:

- 91% досліджуваних зареєстрований у соціальних мережах та слідкує за своїм профілем (переглядає стрічку новин, коментує новини, виражає певне ставлення до інформації);
 - Кожен п'ятий, або 18% ніколи не читав книг або іншої друкованої інформації (журнали, газети тощо), що свідчить про те, що цей вид поширення знань та соціального досвіду втрачає свої домінуючі позиції.
- З огляду на те, що кожен третій навчається у ЗВО I-IV рівня акредитації,

¹⁶ WikiLeaks – міжнародна комерційна організація, яка публікує секретну інформацію, яку вона отримує від анонімних та засекречених джерел.

університетське навчання може обходитися без читання друкованої продукції, у тому числі підручників та інших дидактичних матеріалів. Більше 19% зазначили, що у місці, де вони проживали у дитинстві, було більше сотні книг, ще для 32% їх було від 30 до 100. Середовище, у якому вони виховувалися, було «книжним», проте цифрові комунікаційні засоби доступу до знань замінили їх.

- Лише 33% опитаних вважають, що ЗВО дають сучасну і якісну освіту та рівень підготовки відповідає запитам ринку праці. Відчувається розчарування університетським навчанням та схиляння до неформальної освіти та самоосвіти. Internet-ресурси виступають флагманами альтернативного навчання, ресурсами пошуку вирішення побутових та професійних завдань.
- П'ята частина українців (20%) вважає, що їх поточна робота вимагає меншого кваліфікаційного рівня освіти ніж вони мають реально. Проте, найбільша кількість досліджуваних 24% мають середньо-спеціальну освіту рівня ПТУ та коледж, трохи менше 23% готові до вступу на бакалаврський рівень. **Університет очима сучасної молоді не дає знань, які реально необхідні на виробництві, що призводить до необхідності займатися самоосвітою.**

Сучасна молодь активно використовує інформаційні ресурси мережі у плані отримання знань, для конструювання індивідуальної моделі світу. У соціальних мережах інформаційна стрічка, яка є ресурсом побудови картини світу, формується на основі як власних уподобань користувача так і тих персон, які знаходяться у статусі співрозмовників-товаришів (friends). Це розширює межі пізнання людиною світу, але може завести у її прагненнях осягнути усю глибину світобудови занадто далеко від неї самої (О.В. Ваганова) [49]. Одним з когнітивних упереджень, яке пов'язане з цифровим соціальним середовищем, є безумовне покладання на інформацію, що поширюється через масові ЗМІ та надання їй пріоритетності у порівнянні з власним досвідом. У цифрових соціальних мережах вектори пізнання задають ті люди, які знаходяться у нашому контактному оточенні у статусі «друзів». Якщо до появи цифрової соціальної мережі контактним оточенням були суб'єкти, з якими людина взаємодіяла у повсякденному житті, то у цифровій мережі контактування як спосіб певної фізичної та інтелектуальної взаємодії може бути виключеним. Відбувається залучення особистості до інформаційного контенту без залучення до повноцінної діяльності, з яким цей контент пов'язаний. У. Унтворт вважав, що засвоєння соціального досвіду можливе лише у процесі інтеракції реципієнта та комунікатора. Поряд з комунікативною та перцептивною стороною спілкування, інтерактивна є основою успішного засвоєння суспільного досвіду [71]. Тому, з метою покращення інтеграції знань «інших» у індивідуальну систему світоглядних переконань потенційних споживачів контенту, соціальні мережі наповнюються інструментами здійснення колективних цифрових дій з тими

віртуальними соціальними суб'єктами, які є не доступними для пересічних споживачів у реальній площині.

У рамках міжнародного семінару «**Reprezentacja polityczna mniejszości narodowych**» (Політична репрезентація національних меншин), який проводився спільно з Інститутом соціології Варшавського університету (Польща) та Житомирським державним університетом імені Івана Франка (Україна) було виконано дослідження, яке відображало специфіку споживання інформаційної продукції особами юнацького та підліткового віку¹⁷. Дослідження проводилося у 2014 році (листопад-грудень) та 2018 року (березень-квітень). Ми визначили основні інформаційні засоби, які формують світогляд сучасної молоді, а також особливості взаємодії з інформаційним середовищем. У дослідженні взяли участь 340 (2014 рік) та 396 (2018 рік) досліджуваних юнацького віку. Для збору емпіричного матеріалу ми використовували електронну web-систему Qualtrics (<https://qualtrics.com>), яка має інструменти контролю репрезентативності вибірки та статистичної надійності отриманих даних. Запитальник сконструйований за принципом вибору кількох варіантів відповідей, або позначення на градуйованій шкалі міри вираженості ознаки.

Досліджуваним ми пропонували відповісти на наступні питання:

1. Які з перерахованих медіа ви вважаєте засобами масової інформації (телебачення, радіо, преса, публічні бібліотеки, web-ресурси, соціальні мережі, телефонні сервіси, пошта (e-mail), пошукові системи) ?

2. Якими з перерахованих інформаційних медіа ви користуєтесь найчастіше? (0 - не користуюся взагалі, 10 - користуюся постійно)

3. Які з інформаційних медіа, на вашу думку, траншують найбільш об'єктивну інформацію ?

4. Які з перерахованих інформаційних медіа доступні вам у повсякденному житті ?

5. Які інформаційні медіа найбільш повно задовольняють ваші інформаційні потреби ?

6. Вкажіть, будь-ласка, скільки часу в середньому впродовж доби ви приділяєте споживанню інформації в медіасередовищі ? (перегляд новин, фільмів, робота в соціальних мережах, читання преси та літератури тощо).

7. Яким з інформаційних медіа ви найбільше довіряєте як джерелу достовірної та правдивої інформації ?

8. Які з інформаційних медіа можуть бути використані з метою (соціальної, релігійної, політичної та ін. видів) пропаганди ?

9. Інформація якого змісту є предметом вашої цікавості у процесі використання інформаційних медіа ?

17 Частково результати дослідження були опубліковані у збірнику матеріалів досліджень наукового семінару «Studia społeczno-polityczne i psychologiczne» (<http://eprints.zu.edu.ua/id/eprint/25086>) [150].

10. Вкажіть, будь-ласка, скільки часу в середньому впродовж доби ви приділяєте перегляду телевізійної продукції ?

11. Вкажіть, будь-ласка, скільки часу в середньому впродовж доби ви приділяєте перегляду текстової інформації (читання книг, газет, блогів, web-ресурсів тощо) ?

12. Вкажіть, будь-ласка, скільки часу в середньому впродовж доби ви приділяєте споживанню електронних інформаційних медіа (соціальні мережі, блоги, web-ресурси).

13. Розташуйте запропоновані властивості інформаційних медіа у послідовності їх важливості для оцінки інформаційних медіа, які ви використовуєте (від 1 до 8).

Результати проведеного дослідження дають можливість нам говорити про певні тенденції у використанні інформаційних медіа особами юнацького та підліткового віку, які ми виокремили на основі порівняння результатів 2014 та 2018 року.

Аналіз емпіричного матеріалу дослідження 2014 року дає можливість зробити висновки, що більшість юнаків та підлітків сприймають телебачення як засіб масової інформації і основне джерело отримання суспільно важливих знань (79,39%). Відсоткове співвідношення відповідей на перше питання «які з перерахованих медіа ви вважаєте засобами масової інформації (телебачення (79,39%), радіо (44,4%), преса (54,76%), публічні бібліотеки (9,32%), web-ресурси (37,40%), соціальні мережі (44,72%), телефонні сервіси (5,04%), пошта (e-mail) (8,26%), пошукові системи (26,45%)) дає можливість побачити, які медіа ресурси на рівні масової свідомості юнаків, сприймаються як ЗМІ. Передбачувано, що 30,58% і 32,7% респондентів вважають, що e-mail і телефонні сервіси (дзвінки, SMS тощо) не належать до засобів масової інформації, тому що вони використовуються як засіб міжособистісного спілкування і передають, в основному, конфіденційну інформацію. Найчастіше досліджувані користуються соціальними мережами (7,7 з 10), пошуковими системами (7,21) і web-ресурсами (6,51); найрідше слухають радіо (2,59), читають пресу (3,21) і користуються публічними бібліотеками (3,45). Ми можемо констатувати, що сучасні юнаки основну інформацію, яка формує їх світогляд і картину світу, отримують з Internet-ресурсів, які є найбільш глобалізованим телекомунікаційним засобом. Юнаки вважають, що публічні бібліотеки поширюють найбільш об'єктивну інформацію (повністю об'єктивна – 22.61%, в більшості об'єктивна – 27.83%, частково об'єктивна – 25,22%). Досліджувані вважають, що телебачення транслює в основному об'єктивну інформацію (в більшості об'єктивна – 29,84%, частково об'єктивна – 28,23%), також високі оцінки за цим критерієм набирають цифрові пошукові системи і web-ресурси, це свідчить про те, що більшість вважає, що Internet-ресурси сприймаються на рівні масової свідомості молодих людей як джерело об'єктивної інформації. У повсякденному житті досліджувані постійно дивляться телевізор (58,54%), використовують пошукові системи (70,25%) і соціальні мережі (76,67%),

найрідше користуються публічними бібліотеками (28,81%) і читають пресу (39,32%). Ми можемо констатувати, що за результатами 2014 року, молодь в основному отримує інформацію про навколишній світ не з книг як джерел найбільш об'єктивної інформації, а з електронних ресурсів, які за результатами опитування є найбільш необ'єктивними. Рівень кореляційного зв'язку між показниками «об'єктивності-суб'єктивності» інформації і пріоритетами використання інформаційних ресурсів знаходиться на рівні ($r = -0,24$), що свідчить про те, що досліджувані, знаючи про те, що ресурси транслюють неправдиву інформацію, використовують їх найбільш часто. Доступними інформаційними ресурсами, на думку досліджуваних, є соціальні мережі (76,67%), електронні пошукові системи (70,25%) і телебачення (58,54%); найменш доступними публічні бібліотеки (28,81%) і преса (39,32%). Юнаки вважають, що використання бібліотек і читання періодичних видань вимагають особливих зусиль, що схиляє їх до звернення до найбільш доступних засобів інформаційної комунікації – цифрових соціальних мереж і телебачення, які транслюють загальнозживані моделі сприймання. Суб'єктом інформаційної діяльності в Internet-мережі можуть бути як люди, які мають спеціальну підготовку, так і ті, що можуть дезінформувати, як навмисно, так і через природне спотворення змісту. Досліджувані проводять час за використанням інформаційних ресурсів в середньому 3 години на добу, що свідчить про те, що у них сформована залежність від інформаційних ресурсів, існує певна необхідність споживання інформації не залежно від поточних або далеко перспективних завдань. Третину часу відведеного на споживання інформації, досліджувані проводять за переглядом телевізора (65 хв.), за переглядом текстової інформації (120 хв.) та в мережі Internet (140 хв.).

Джерелом найбільш правдивої інформації, на думку досліджуваних, є публічні бібліотеки (18,18%) і пошукові системи (12,82%), досить високий відсоток довіри до телебачення (7,69%); з іншого боку низькі показники у радіо (2,65%), телефонних сервісів (2,80%) і преси (3,67%). На питання «Які інформаційні медіа можуть бути використані з метою пропаганди?», Досліджувані вважають, що найбільш загрозливими є телебачення (60,00%) і преса (55,08%), а ось Internet-комунікаційні засоби: цифрові соціальні мережі (43,80%), web-ресурси (31,30%) і пошукові системи (27,35%) сприймаються більш безпечними, хоча вони вважаються найбільш загрозливими у плані впливу на масову свідомість. Серед перерахованих змістовних областей контенту, серед досліджуваних найпопулярнішими є «новини в державі» (40,32%), «інформація, яка стосується особистого добробуту» (33,33%), «самоосвіта і науково-популярна інформація» (34,71%); найменш цікавими є «спорт» (7,44%), «події за кордоном» (15,38%), «наука і освіта» (17,07%). Оцінюючи засоби масової інформації за критеріями доступності, змістовності інформації, якості трансляції тощо. (пит.№12) досліджувані констатують, що найбільш важливим для них є зміст інформації (27,2%), об'єктивність (28%) і легкість доступу (29,6%). Найнижчі оцінки отримали критерії: можливість

зворотного зв'язку (0,8%), якість трансляції (4,2%), відсутність необхідності фізичних і психічних зусиль для переробки та сприйняття інформації (4,1%).

За результатами дослідження 2018 року ми зафіксували зміни у споживанні інформації особами юнацького віку. Досліджувані до засобів масової інформації відносять телебачення (76%), соціальні мережі (36%), пресу (50,4%). Телебачення та преса залишаються популярними серед молоді. Незначно зростає роль публічних бібліотек та web-ресурсів (ресурсів Internet окрім соціальних мереж), проте їх, як і 2014 року, не розглядають як засоби масової інформації. До засобів масової інформації не відносять телефонні сервіси та листування (традиційне та e-mail). З метою задоволення інформаційних потреб досліджувані найчастіше використовують цифрові соціальні мережі та пошукові Internet-системи, частка їх використання, порівняно з іншими інформаційними ресурсами зростає. Найменше використовують публічні бібліотеки та радіо. Ми можемо зробити висновок, що ті інформаційні ресурси, які досліджувані вважають засобами масової інформації є домінуючими у процесі інформатизації молоді та формування їх картини світу.

На думку досліджуваних жоден інформаційний ресурс не є джерелом об'єктивної та достовірної інформації. Найбільші показники мають публічні бібліотеки (20,59%), у 2014 році цей показник був на рівні (22,6%). Більшість досліджуваних вважає, що перераховані інформаційні ресурси поширюють частково об'єктивну інформацію. За критерієм доступності зростають показники соціальних мереж (доступні для 93% досліджуваних) та web-ресурси (73%). Порівняно з 2014 роком зростає показник доступності майже усіх запропонованих для оцінювання інформаційних ресурсів (окрім традиційного та електронного листування). Досліджувані найбільше довіряють, як джерелу правдивої та достовірної інформації, публічним бібліотекам (23,2%), інші джерела інформації мають показник довіри на рівні (10-4%). Загалом, найбільше відповідей було отримано за показником «деякою мірою довіряю» (35-45% по кожному інформаційному ресурсу) та «низький рівень довіри» (20-30%). Кореляційний зв'язок між показниками об'єктивності інформаційного джерела та довіри до нього залишається на рівні ($p=0,34$), що свідчить про те, що досліджувані довіряють лише тим інформаційним ресурсам, які поширюють правдиву та достовірну інформацію. Проте, між показниками «об'єктивності-суб'єктивності» та «частоти використання» рівень кореляційного зв'язку залишається на рівні ($p=-0,19$). Досліджувані, як і 2014 року, найчастіше використовують ті ресурси, які вважають найменш об'єктивними та яким найменше довіряють.

Зростають показники можливості задоволення інформаційними ресурсами інформаційних потреб молоді. Найбільш ефективні у цьому плані залишаються: цифрові соціальні мережі (32,4%), пошукові системи (29%). Найменш ефективними є преса (7,53%), телефонні сервіси (5,7%) та радіо (7,35%). Усі запропоновані ресурси поодиночі лише частково задовольняють інформаційні потреби досліджуваних, тому вони використовуються

комплексно. Досліджувані звикли отримувати інформацію різного роду та тематичного спрямування з різних джерел.

Усі перераховані інформаційні джерела можуть бути використані з метою пропаганди. Результати порівняно з 2014 роком не змінилися. Таким чином, у суспільстві існує певна установка на споживання інформації зі ЗМІ, яка полягає у тому, що більшість ставиться до них з певною обережністю, оскільки вони можуть здійснювати маніпулятивний вплив. Проте роль у процесі формування картини світу не змінилася – для задоволення щоденних інформаційних потреб, більшість використовує переважно їх (ЗМІ).

Досліджувані, приблизно 67 хвилин щодня споживають телевізійну продукцію та 144 хв. споживають інформацію з електронних інформаційних медіа (соціальні мережі, блоги, web-ресурси) у тому числі 89,7 хвилин приділяють перегляду текстової інформації (читання книг, газет, блогів, web-ресурсів тощо) (рис 2.2.). У загальному споживання інформації збільшилося, зменшення часу на споживання інформації спостерігається лише у випадку споживання текстової інформації. Досліджувані почали менш читати та більше дивитися телевізор. Серед запропонованих властивостей інформаційних медіа для досліджуваних на першому місці виступає зміст інформації та її актуальність, доступність використання та легкість сприйняття змісту. Найменш важливим для досліджуваних є можливість зворотного зв'язку з комунікатором та якість трансляції.

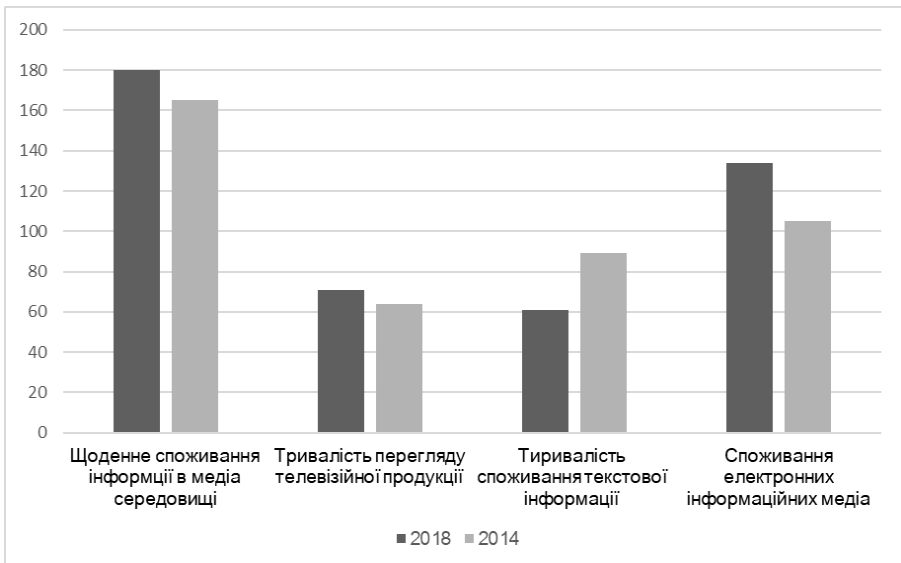


Рис. 2.2. Порівняльний аналіз часу, який витрачають досліджувані на споживання інформації

Показник об'єктивності інформації знаходиться на третій сходинці за важливістю.

Змінилися вподобання досліджуваних щодо тематики контенту, який їх найбільше цікавить (табл. 2.1.). Дослідження 2014 року проводилося в умовах подій на Майдані Незалежності у м. Київ («Революція гідності», грудень 2013-березень 2014) та початку АТО, що вплинуло на тематику інформаційного контенту, який формує картину світу пересічної особистості. Станом на 2014 рік досліджуваних більшою мірою цікавлять події в державі (40,32%) та інформація для вирішення поточних завдань (курс валют, погода, контактна інформація, рецепти страв, інструкції, життєві поради тощо) (30%). За чотири роки вектор суспільної зацікавленості змінився у зв'язку з тим, що ситуація у країні дещо стабілізувалася.

Таблиця 2.1

Тематика інформаційного контенту, який цікавить досліджуваних
(порівняння результатів дослідження 2014 та 2018 року)

Тематика інформаційного контенту	дуже цікаво		цікавлюсь		інколи цікавлюсь		рідко цікавлюсь		не цікаво	
	2018	2014	2018	2014	2018	2014	2018	2014	2018	2014
новини в державі	15.49%	40.32%	35.21%	37.10%	25.35%	15.32%	18.31%	4.84%	5.63%	2.42%
події в регіоні проживання (місто, область)	17.14%	26.83%	40.00%	40.65%	31.43%	21.95%	8.57%	7.32%	2.86%	3.25%
спорт	10.14%	7.44%	11.59%	14.88%	24.64%	28.10%	28.99%	32.23%	24.64%	17.36%
наука та освіта	10.00%	17.07%	34.29%	42.28%	35.71%	30.89%	11.43%	8.13%	8.57%	1.63%

Тематика інформаційного контенту	дуже цікаво		цікавленьо		інколи цікавленьо		рідко цікавленьо		не цікаво	
	2018	2014	2018	2014	2018	2014	2018	2014	2018	2014
інформація для вирішення поточних завдань (курс валют, погода, контактна інформація, рецепти страв, інструкції, життєві поради тощо)	14.29%	28.93%	40.00%	31.40%	30.00%	26.45%	10.00%	9.92%	5.71%	3.31%
інформація яка стосується вашого особистого добробуту	28.57%	33.33%	44.29%	42.28%	17.14%	14.63%	5.71%	8.94%	4.29%	0.81%
самоосвіта та науково-популярна інформація	35.71%	34.71%	35.71%	38.84%	14.29%	18.18%	11.43%	5.79%	2.86%	2.48%
соціальні стосунки, взаємодія з іншими	23.19%	31.93%	36.23%	39.50%	31.88%	19.33%	7.25%	6.72%	1.45%	2.52%
мистецтво (музичне, художнє, театральне, тощо)	37.68%	28.81%	21.74%	24.58%	24.64%	21.19%	10.14%	20.34%	5.80%	5.08%
події за кордоном	11.59%	15.38%	33.33%	23.08%	24.64%	34.19%	21.74%	21.37%	8.70%	5.98%
$p =$	0,17		0,7		0,38		0,64		0,1	
U -критерій	32		45		38,5		43,5		29	

У ситуації невизначеності рівень суспільної зацікавленості загальнодержавними подіями зменшився, акцент тематичної зацікавленості зміщується у бік вирішення власних потреб, орієнтації на інформацію, яка безпосередньо стосується життя та благополуччя конкретної людини. У 2014 році досліджувані найчастіше, з запропонованих тем інформаційного контенту, ставили їм оцінку «цікавлюся», «дуже цікаво». У 2018 році досліджувані у більшості давали оцінку «інколи цікавлюся», «рідко цікавлюсь». Тобто, загалом у досліджуваних знизився інтерес до загальнодержавної інформації, яка поширюється через засоби масової інформації. У 2018 році зростає зацікавленість громадян у сфері освіти і науки, соціальних стосунків, взаємодії з іншими суб'єктами соціальних відносин, культури і мистецтва.

У період суспільного загострення відбувається підвищення зацікавленості пересічних громадян тими подіями, які стосуються добробуту як конкретного суб'єкта так і суспільства загалом. Акцент зацікавленості зміщується з проблем особистісного характеру на проблеми держави. Нами було досліджено, що у відносно стабільних умовах існування пересічні люди більше витрачають часу на контент, що сприяє особистісному розвитку, а загальна потреба у інформації знижується.

У стані суспільної невизначеності збільшується необхідність у інформації з метою передбачення майбутнього. Основна функція картини світу – підтримка внутрішньої впевненості та гомеостазу по відношенню до зовнішнього середовища. Останній рік для країни був важкий у плані переосмислення подій регіонального та геополітичного значення. Відбулося багато змін, які потребують переосмислення та внутрішнього прийняття того, що відбувається навколо. Психіка пересічних громадян виснажена великою кількістю інформації, яка травмуюче впливає на неї, що може призвести як до відчутного зниження чутливості до інформаційних впливів навколишнього середовища, так і надмірної уваги до усього, що оточує пересічну особистість не лише у фізичній, але й у віртуальній площині.

У роботі «Час особистості та час життя» (2001) К.О. Абульханової-Славської та Т.М. Березіної вперше зазначається, що здатність планувати життя притаманне усім, проте у кожного воно має специфічну спрямованість: від деталізованої апперцепції життя до сегментованого уявлення про «завтра» [3]. Прогнозуючи майбутнє, люди намагаються передбачити його вплив на себе, зберігаючи за собою можливість задовольнити екзистенційну потребу свободи вибору: переживати подію чи ні. Вводячи у науковий обіг поняття ідентичності, Е. Еріксон операціоналізує його як часово-просторову цілісність особистості у континуумі «тут і тепер» з подальшою можливістю її реалізації у майбутньому (годом поняття «втрати ідентичності») [374]. Життєвий шлях дорослої людини є поєднанням надбань минулого, усвідомленого вибору теперішнього та апперцепцією майбутнього. У кожній життєвій точці вона може змінюватися за законами «мультизначності» зв'язків між різними психічними утвореннями (В.Ф. Мерлін), але все ж

зберігати певну векторну спрямованість, сигнальними індикаторами якої є визначальні ключові події нашого життя (закінчення школи, одруження, кар'єрне підвищення). Відповідно до цього І.С. Кон (1984) намагається пояснити причину виникнення та болісного переживання життєвих криз, які виникають у процесі переходу від одного життєвого циклу до іншого [162]. У романі «Граф Монте-Крісто» (1845) О. Дюма описує епізод щорічного покарання в'язнів на честь річниці їх перебування у в'язниці, яке незважаючи на свою нелюдську жорстокість вберігало психіку від травмуючих наслідків соціальної депривації. Більш предметно цікавими у контексті нашого дослідження є роботи Р. Чалдіні, які присвячені проблемам психологічного впливу на особистість та протидії маніпуляції. Використовуючи свої дослідження у викладацькій практиці та промисловій індустрії, особливо рекламі (свого часу він читав лекції працівникам IBM, Coca-cola), він наголошував, що ніщо так не змушує людей на необдумані, спонтанні вчинки, як загроза майбутнього, яка може полягати навіть у банальній загрозі виникнення карієсу, або втраті зовнішньої привабливості [355]. Загроза майбутнього виявилася сильним психотравмуючим фактором, який призвів до появ цілої системи маніпулятивних технологій, деякі з яких значно інтенсифікувалися останнім часом. Маніпуляції з майбутнім у вигляді публічних пророцтв, аналізу прикмет, ворожіння, змінюють громадське ставлення швидше ніж факти та логічні доводи, що спокушає використовувати їх у процесі управління геополітичними процесами, суспільними настроями та світоглядними уявленнями цілих народів.

Страх майбутнього зумовлений не тим, що людину чекають важкі та іноді смертельно небезпечні випробування, вона боїться того, що у певний момент вона не буде готова до них. У сучасну епоху наукових революцій релігію на плаву тримає саме її інструментальна заданість пояснити події недалекого минулого та майбутнього всеосяжним та багатозначним «Божим велінням». Релігія дала можливість зробити життя людини вічним, що розчиняє страх смерті та робить її не такою психотравмуючою подією. Єдине у чому людина певна – так це те, що кожному з доведеться зустрітися з викликами майбутнього та відповідати на них, адже **сильніше страху несподіваності обставин прийдешнього майбутнього є лише страх – його відсутності.**

Іманентна примарність майбутнього є суттєвим дестабілізуючим фактором, який може призвести до різного роду порушень у психічному розвитку особистості. Найбільш фруструючими для людини залишаються життєві ситуації, які містять більше питань ніж конкретних відповідей та **формують загальний стан невизначеності.** У китайській філософії найстрашнішим прокляттям вважається життя в «епоху перемін». Філософ Конфуцій застерігає від необдуманого суспільної модернізації та спроб змінити життя на краще, які можуть бути по своїй результативності як стрімким поступом вперед, так і не менш фатальним кроком назад.

Стабільність та життєва гармонія наступають тоді, коли суб'єкт соціальних відносин готовий до будь-яких викликів сьогодення, а якщо конкретніше, до будь-яких можливих змін у межах конкретної культури. Адаптивні механізми психіки намагаються уніфікувати сприйняття зовнішньої реальності; людина прагне жити у середовищі, яке їй знайоме, механізми діяльності та закони життя якого постійні та незмінні не лише сьогодні, але й завтра (Л.І. Анциферова) [13]. У процесі соціалізації у індивіда формуються базові соціальні уявлення, які стосуються основних форм взаємодії особистості з соціальним середовищем та іншими суб'єктами. Вони закладають категоріальну основу реконструкції предметного та духовного світу (базові уявлення про «добро та зло», «правду та кривду») на основі фактів минулого та моделей відображення майбутнього, які, за С. Московічі, є спільними для усіх членів соціокультурного об'єднання [227]. У дослідженні, проведеному нами у 2010 році, виявилось що для більшості молодих людей майбутнє уявляється як певний стандартизований набір життєвих подій, які мають відбутися з ними у майбутньому [149].

Пізнавальний інтерес спричинений загальною невизначеністю життєвих обставин змушує людину «хоч край ока» заглянути у майбутнє з метою дізнатися, що буде завтра, до чого готуватися, які зміни можуть статися і яких наслідків очікувати від них. Пізнання світу супроводжуються сильними емоційними переживаннями, які настільки виснажують людину, що вона у деякий момент здатна повірити у будь-який можливий, навіть фантастичний, розв'язок подій, який хоча б на деякий час вселяв надію. Плин життя нагадує ланцюгову реакцію, у якій якщо успішно завершується один життєвий епізод – обов'язково наступає інший. У межах культури особистість має безліч можливостей варіантів вибору за принципом «якщо-то», наприклад, якщо отримати якісну освіту, то можна знайти хорошу роботу, або якщо порушити закон – нести за нього покарання. У стабільні періоди розвитку суспільства ці механізми працюють з годинниковою точністю, у період змін та трансформації – вони можуть не спрацьовувати, що дестабілізує внутрішній світ особистості та змушують бути постійно «на поготові». У стані максимальної мобілізації, який викликаний панічними настроями у суспільстві, особистість швидко виснажується, адже змушена постійно реагувати на усі подразники зовнішнього середовища. Якщо у нормальних умовах, як на перцептивному так і на культурному рівні, реакція на них є вибірковою (лише на актуальні стимули), у стані невизначеності та дезорієнтації людина не знає які з подразників є життєво важливими, а які – ні, та намагається обробити і сортувати усе, що діє на її сенсорну систему, у тому числі інформацію, яку вона отримує з медіа середовища у вигляді аналітичних звітів ЗМІ, суб'єктивного ставлення окремих людей та спілкування з контактним оточенням (Б.Г. Юдін, Г.Г. Почепцов) [211; 264]. У стані загальної невизначеності більшість з того, що відбувається навколо, а особливо те, що не входило в усталену картину світу особистості, сприймається радше негативно, з певною обережністю, що додає до загального

психічного виснаження ще й емоційне вигорання [116]. У такому стані пересічні люди здатні повірити у будь що, аби хоча б на рівні примарних ідей вберегти цілісність своє психіки та якимось чином впорядкувати внутрішній життєвий простір.

Утворення потужної Internet-мережі не лише покращило якість життя пересічної особистості, воно призвело до формування ряду деструктивних соціальних феноменів, які порушують нормальний психосоціальний розвиток особистості. Сьогодні приватна практика психологів наповнюється випадками «соціальної віртуалізації особистості» та проявами інтернет-адиктивного розладу (Internet Addiction Disorder (IAD)): залежність від online-ігор, безцільовий серфінг Internet, залежність від цифрових соціальних мереж тощо. Найчастіше ці проблеми проявляються у представників покоління «Z», які найбільш повно оцінили технологічні переваги інформаційного суспільства та є активними користувачами віртуального цифрового світу.

Проблема Internet-залежності щороку набирає популярності у розрізі досліджень соціо-гуманітарного спрямування. Культура інформаційного суспільства вимагає постійного орієнтування у актуальній інформації, яка щоденно оновлюється. Проблема формування Internet-адикції починається у роботах клінічних психологів А. Голдберга, К. Янг та М. Гріфітса [401; 402; 434]. Вони ставили залежність від віртуальної мережі на один щабель з алкогольною та наркотичною, вважаючи, що такий вид деструктивної поведінки порушує нормальне функціонування особистості в соціумі, дезорганізовує її та посилює фрустрацію від нереалізованих потреб реального життя. Подальші дослідження українських та зарубіжних науковців розкривають особливості формування Internet-залежності, розвиток соціальної депривації на фоні втечі у віртуальну реальність, розкривають особливості залежності від соціальних мереж та комп'ютерних ігор (П.Д. Біленчук, А.О. Жичкіна, В.І. Ігнат'єв, Ц.П. Короленко, А.Б. Кочарян, А.А. Церковний, Л.М. Юр'єва) [38; 112; 125; 166; 353; 375].

За визначенням К. Янг Internet-залежність – це хворобливе бажання особистості постійно перебувати у цифровому віртуальному середовищі, прагнення мати доступ до мережі та відчуття психоемоційного дискомфорту в умовах його відсутності. Вона розробила систему трирівневого вивчення віртуальної залежності особистості ACE (Accessibility, Control, Excitement) [433]. Кожен з цих компонентів розкриває ряд переваг мережі Internet, які змушують пересічну особистість екстраполювати процеси соціальної та індивідуальної активності у віртуальний вимір.

1) Accessibility (доступність) віртуальної мережі та її відкритість. Вона працює у зручний час, має «полегшену» форму доступу. Користувачу не потрібно чекати, поки хтось відреагує на його запит, або вступить з ним в контакт. Користувач має право користуватися сервісами мережі у режимі 24/7.

2) Control (контроль) – користувач постійно контролює свої дії, може відмінити їх, або змінити. У користувача завжди присутнє відчуття підконтрольності та прогнозованості усього.

3) Excitement (хвилювання, захоплення) – користування Internet-мережею приносить сильне емоційне перезбудження (особливо online-ігри), це може викликати залежність від яскравих, насичених емоцій.

А.Є. Войкунський виокремлює наступні різновиди мережевої залежності, які здійснюють негативний вплив на особистість та її функціонування в інтернет-середовищі:

- залежність від пристроїв, які дозволяють користуватися мережею або «гаджетоманія» (ПК, планшети, телефони). Схильність до їх колекціонування; прагнення постійно користуватися ними (або тримати їх у полі доступу);
- «інформаційне перевантаження» або постійне сприйняття інформації в мережі, «безцільовий серфінг в Інтернеті»;
- мережевий шопоголізм та ігроманія;
- залежність від «кібер-відносин», постійне перебування у соціальних мережах, яке витісняє звичайне життя у фізичній площині.

До цього переліку А.Н. Бегоян та А.Р. Торосян додають також кібер-сексуальну залежність, яка спричиняє порушення статевого розвитку особистості, призводить до сексуальної невдоволеності та проблем сексуальної ідентифікації [29]. Соціальні мережі також руйнують звичне коло спілкування людини, збільшують контактну кількість осіб, які формують уявлення людини про світ. Невідповідність «Я»-віртуального та «Я»-реального, яка є результатом надмірної віртуалізації власної персони у цифровій площині, посилює прагнення особистості зануритися у цифровий світ. У мережі Internet особистість створює себе за власним образом, орієнтуючись на внутрішні ідеали, переконання та очікування середовища.

Ряд дослідників виокремлюють як симптоми прояву IAD фрустрацію особистого життєвого простору, життєвих планів, прояви депресії та емоційних розладів. Internet-залежним людям важко провести межу між віртуальною та фізичною реальністю, що за визначенням Е. Хувера, є однією з ознак покоління, яке народилося в інформаційну епоху [404]. Цифрова інформаційна мережа є одним з основних каналів отримання життєво важливої інформації про світ або ресурсом для конструювання альтернативного світу. За результатами репрезентативного дослідження «Українське покоління Z: цінності та орієнтири» (Фонд ім. Фрідріха Еберта в Україні) (2017) Internet ще не займає серед молоді домінуючих позицій у якості основного джерела інформації (окрім великих мегаполісів), але тенденції свідчать про те, що роль інших популярних у XX ст. засобів інформації втрачається [329]. Збільшується загальний рівень інформаційної залежності суспільства, пов'язаний водночас з надмірною перенасиченістю контентом, та з удосконаленням інформаційно-комунікаційних засобів і їх доступністю пересічному користувачу. **Internet-залежність** на сьогоднішній

день є різновидом інформаційної залежності, яка для пересічних учасників інформаційного суспільства, **перетворюється з патологічного адиктивного розладу у певну норму життя у цивілізованому світі**, якщо ми говоримо про осіб підліткового та юнацького віку, які соціалізуються у цифровому інформаційному середовищі настільки ж продуктивно як і в реальному світі. Оскільки багато соціальних процесів в умовах інформаційного суспільства «віртуалізувалися», пересічні громадяни змушені для ефективного орієнтування у зовнішньому середовищі та для налагодження ефективної комунікації з іншими членами соціуму витрачати частину свого часу на перебування в мережі Internet (М. Шоттон, К. Грегорі) [401; 424]. Інформаційна, як і Internet, залежність є необхідністю сучасного інформаційного суспільства, яка проявляється у неспроможності особистості нормально орієнтуватися в соціальному середовищі без ЗМІ, та полягає в безперервному, або надміру частому споживанні інформації з будь-яких доступних джерел (в сучасному інформаційному просторі яким виступає мережа Internet). Потребу в інформації, на сучасному етапі розвитку суспільних відносин, можна прирівнювати до вітальних, тобто знання стають основою життєдіяльності особистості у сучасному цифровому просторі, без них неможливо адекватно взаємодіяти з навколишнім середовищем – віртуальним та реальним (фізичним).

О.А. Гузьман та Н.О. Ляшенко (2011) виокремлюють наступні види Internet-залежності особистості (на матеріалі досліджень юнацького та підліткового віку) [83]:

1. Надмірна захопленість пошуком інформації. Вона може бути спорадичною або цілеспрямованою, як свідоме покладання на інформацію у мережі для вирішення життєвих завдань та використання Internet-ресурсів як основного середовища отримання знань.

2. Непомірне спілкування «он-лайн» з друзями в соціальних мережах. Спілкування як процес обміну інформацією, інтеракції та соціальної перцепції переноситься з фізичної площини у віртуальну, яка має свої особливості. Збільшення кола спілкування та його територіальна і культурна глобалізація.

3. Комп'ютерна ігроманія. Хвороблива пристрасть до цифрових ігор, які деформують уявлення особистості про оточуюче середовище та шкодять її фізичному та психічному розвитку. Вони знижують фізичну активність, провокують замкненість, негативно впливають на емоційний та когнітивний інтелект людини, спотворюють уявлення про фізичні закони життя, причинно-наслідкові зв'язки між елементами світу.

За результатами досліджень О.А. Гузьман та Н.О. Ляшенко було визначено, що жінки мають нижчий рівень ігрової залежності порівняно з чоловіками, проте вони витрачають більше часу на користування соціальними мережами та іншими Internet-платформами для налагодження спілкування.

У межах нашого дослідження, яке проводилося на базі Житомирської гуманітарної гімназії № 23 та Житомирського державного університету імені Івана Франка у період 2014 та 2018 року, ми встановили відмінності прояву Internet-залежності у осіб підліткового, юнацького та дорослого віку (період середньої дорослості). Вибірка складала 180 осіб (школярі/студенти та їх батьки). У якості методу збору емпіричного матеріалу ми використали «Тест-опитувальник вивчення Internet-залежності» (1994) («Internet Addiction Test») К. Янг (адаптація В.А. Бурової) та «Шкалу Internet-залежності А.О. Жичкіної». Діагностичні можливості цих методів дозволяють визначити характер користування Internet-мережею, особливостями вольової регуляції користувачів мережі, час реального перебування у віртуальному світі.

Шкала Internet-залежності А. Жичкіної складається з серії питань, які діагностують інтенсивність використання мережі для задоволення базових соціальних потреб: спілкування, ідентифікації та соціальної приналежності, пошуку та обміну інформацією [112]. Досліджувані юнацького та підліткового віку, за результатами дослідження 2014 року, мають порівняно однаковий рівень Internet-залежності (46% та 42%), також значна частина досліджуваних має схильність до Internet-залежності (47% та 40%). Не схильних до розвитку залежності від цифрової мережі серед досліджуваних юнацького віку виявилось більше, ніж серед вибірки підлітків (табл.2.2). Досліджувані віку ранньої та середньої дорослості мали високий показник відсутності залежності від мережі Internet (41%) та відносно у невеликій кількості осіб, які брали участь у дослідженні було діагностовано схильність до залежності (35%) та яскраво виражену залежність (24%).

Таблиця 2.2

Порівняльний аналіз проявів Internet-залежності за шкалою А.О. Жичкіної (2014 та 2018 рік)

	Підлітковий вік (n=60)		Юнацький вік (n=60)		Вік ранньої та середньої дорослості (n=60)	
	2014	2018	2014	2018	2014	2018
Internet-залежні	46%	54%	42%	49%	24%	27%
Схильні до Internet- залежності	47%	34%	40%	37%	35%	49%
Не мають Internet- залежності	7%	12%	18%	14%	41%	24%

За результатами дослідження 2018 року за шкалою А.О. Жичкіної було виявлено, що загальна кількість осіб, які мають Internet-залежність та схильні до неї по трьом групам вибірки збільшилася. Серед досліджуваних

підліткового віку ми спостерігали найбільше відсоткове зростання кількості осіб, що мають Internet-залежність. Серед досліджуваних віку ранньої та середньої дорослості збільшилася кількість осіб, які схильні до Internet-залежності (з 35% до 49%); зменшилася кількість осіб, що не мають залежності від мережі. За результатами двох зрізів ми встановили, що загальний рівень залежності від мережі Internet зріс серед досліджуваних двох вікових категорій, особливо це стосується осіб підліткового віку, які мають найбільшу кількість інтенсивних користувачів мережі.

Серед найпопулярніших пристроїв, які використовують досліджувані для доступу до мережі є: стаціонарні ПК, ноутбуки, планшетні ПК та смартфони. У 2014 році користувачі надавали перевагу стаціонарним ПК та ноутбукам, які були доступні для використання більшості досліджуваних підліткового, юнацького та раннього дорослого віку (рис.2.3).

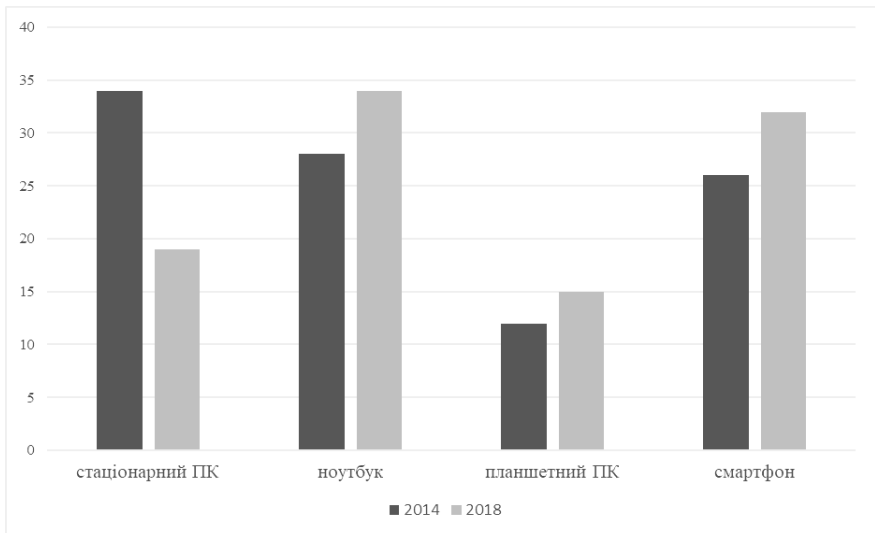


Рис.2.3. Використання електронно-технологічних засобів для користування мережею Internet у 2014 та 2018 році

У 2018 році досліджувані надають перевагу використанню мобільних пристроїв для користування мережею, які порівняно зі ПК, що знаходяться у стаціонарному місці (наприклад кімнати/офісі), завжди перебувають у зоні доступу, їх можна носити з собою та вони легко підключаються до мережі. Досліджувані починають надавати перевагу більш дешевим та мобільним пристроям користування Internet. Ринкове здешевлення електронно-комунікаційних засобів користування цифровою мережею, на нашу думку, спричинило збільшення кількості осіб, які мають адикцію від користування нею. За результатами дослідження за методикою К. Янг «Тест Інтернет адикції» (Internet Addiction Test, 1994) (адаптований В.А. Сабуровою) було

виявлено рівень особистісного самоконтролю досліджуваних під час користування цифровою мережею. У основу методики покладено здатність особистості здійснювати регуляцію у процесі взаємодії з web-ресурсами: контроль часу перебування, контроль емоцій та вчинків. Internet-адикція проявляється у тому, що користувачі не можуть відмовитися від використання мережею у тих ситуаціях, де можливі альтернативні способи здійснення соціальної активності. До основних ознак наявності цього розладу у людини відносяться: 1) збільшення кількості часу перебування у мережі; 2) віртуалізація процесів життєдіяльності, їх трансформація у цифровому середовищі; 3) емоційний дискомфорт, роздратування, емоційне пригнічення, депресія, які розвиваються у результаті неможливості користування мережею [434].

За результатами дослідження було виявлено, що найбільша кількість осіб, яким важко здійснювати особистісний самоконтроль під час користування мережею Internet виявлено серед вибірки юнацького віку. Найменша кількість таких досліджуваних серед досліджуваних віку ранньої та середньої дорослості. На основі зрізів 2018 та 2014 року ми визначили, що загальна здатність контролювати свою поведінку під час користування мережею зростає (табл.2.3).

Таблиця 2.3

Результати дослідження Internet-адикції за методикою К. Янг «Тест інтернет адикції» 2014 та 2018 року

	Підлітковий вік (n=60)		Юнацький вік (n=60)		Вік ранньої та середньої дорослості (n=60)	
	2014	2018	2014	2018	2014	2018
Досліджувані, у яких розвинені навички самоконтролю у мережі	16%	21%	26%	32%	70%	61%
Досліджувані, які мають надмірні захоплення від мережі	72%	70%	58%	54%	28%	33%
Досліджувані, яким важко здійснювати контроль діяльності у мережі	12%	9%	16%	14%	2%	6%

Це свідчить про підвищення інформаційної культури населення та адаптивних властивостей у віртуальному просторі (розвиток критичності мислення, навички тайм-менеджменту, самообмеження використання

інформаційного контенту). В умовах урбаністичного розвитку пересічна особистість стає заручником віртуальних інформаційних процесів.

Більшість актів соціальної активності екстраполуються у віртуальний вимір, що формує високий рівень залежності від мережі Internet та тих сервісів, які її наповнюють (цифрові соціальні мережі, медіа-контент, інтерактивні сервіси тощо). Цьому посприяла купівельна доступність засобів доступу до мережі та їх простота і комфортність у використанні. У досліджуваних підліткового та юнацького віку розвинений високий рівень залежності від мережі та найбільша кількість осіб, які мають Internet-адикцію. Проте результати зрізів досліджень 2014 та 2018 року свідчать про те, що загальна кількість осіб, які потребують кваліфікованої допомоги у подоланні залежності від цифрової мережі зменшується серед осіб підліткового, юнацького та дорослого віку. У пересічних громадян, які використовують мережу Internet, формуються внутрішні особистісні механізми самоконтролю, що проявляються у здатності контролювати час перебування у мережі, обмежувати свої дії та знаходити альтернативні способи здійснення соціальної активності у фізичній площині і виражати адекватні емоції. За результатами нашого дослідження ми можемо зробити висновок, що більшість пересічних громадян мають певний рівень залежності від мережі Internet, що може розглядатися як норма життєдіяльності у інформаційному суспільстві. З розвитком технологічних можливостей доступу до мережі, більшість пересічних осіб, в умовах урбанізованого існування, віртуалізували акти соціальної активності та реалізують базові соціальні потреби у віртуальному співтоваристві.

Зміни соціального устрою призвели до системного реформування значної частини професійних галузей. Інформаційна залежність стає не лише наслідком стрімкої інформатизації суспільства, але й необхідністю, яка висувається по відношенню до працівників. Інформаційна компетентність стає ключовою для ряду професійних галузей, особливо тих, які передбачають комунікацію та обмін досвідом.

Рольовий аспект інформаційної взаємодії особистості

У процесі інформаційної діяльності кожен член суспільства може використовувати різноманітний набір інструментів, які пропонує йому соціальне середовище для того, щоб максимально швидко, доступно, відкрито (приватно), або з найменшим ступенем втратами деталей та основної суті, передати інформацію від одного суб'єкта до іншого. Різноманітність засобів, які може використати суб'єкт, обумовлено тими завданнями, які стоять перед ним у процесі інформаційної взаємодії, наприклад передати інформацію швидко або викликати у цільовій аудиторії певну емоційну реакцію на неї. Варіативність засобів інформаційного впливу, так і їх сила та ефективність впливу на оточуючих (цільову аудиторію), залежить від певної рольової позиції, яку займає мовець у момент інформування. На відміну від особистісної рольової позиції, яка ідентифікується мовцем, публічна рольова позиція відповідає етимологічному походженню поняття «личность» (рос.). «Маска», яку використовує мовець, створює певне уявлення у пересічних членів суспільства про його компетентність, риси, здатність виробляти певне ставлення до окремих явищ об'єктивної дійсності. Публічні ролі, які на думку Л.К. Терещенко, Е.В. Талапіної, В.А. Полторака, Г.Г. Почепцова є основним інструментом державного управління, забезпечують зв'язок особистості з іншими суб'єктами соціальних відносин у межах державної системи міжгрупової консолідації. Він відбувається за рахунок прийняття усіма членами спільноти єдиної системи світоглядних переконань та цінностей, які транслуються суб'єктами, що виконують публічні ролі [255; 262; 305; 313]. На думку Г.Г. Почепцова, публічний імідж, або здатність приміряти і опановувати ролі, які дозволяють виражати і розповсюджувати власну думку як соціально значиму (або знання, що позиціонуються як власні), є однією з складових загальнодержавного комунікативного процесу. Він налаштовує на сприйняття інформації, створює сприятливі умови до інтеграції знань в індивідуальну картину світу. Виконавці політичних чи суспільно-корисних ролей сприймаються і оцінюються пересічними громадянами за окремою системою когнітивних установок, які на перше місце висувають віру в аксіоматичні твердження або трюїзми і применшують значимість суперечливих фактів (О.Й. Шейгал «Семіотика політичного дискурсу» (200)) [365]. Основне завдання виконавця публічної ролі, наприклад, «керівника держави», «мецената», «власника капіталу», «науковця» або «просвітника» – формувати стійкі уявлення на рівні масової свідомості. Картина світу особистості повинна перебувати у постійному гомеостазі з об'єктивною реальністю, тому фруструючі та емоційно дестабілізуючі явища, а у абсолютній більшості – знання про них, оскільки ми не є їх безпосередніми учасниками або споглядачами, мають певним чином нівелюватися (хоча, з метою маніпуляції та дестабілізації суспільної діяльності – посилюватися). Страх та невпевненість у завтрашньому дні – це

основні психологічні інструменти впливу держави на громадськість через суб'єктів, які офіційно виконують публічні ролі (посилаючись на «Левіафан» Т. Гоббса).

У двоступінчастій моделі комунікації П. Лазарсфельда принциповим було те, що засоби масової інформації не можуть безпосередньо впливати на громадську думку. Ставлення людей до подій та явищ, які відбуваються навколо формують, у першу чергу, **референти думки**. Засоби масової інформації є лише інструментом зв'язку між лідерами, які мають право робити певні публічні заяви, та цільовою аудиторією. Це було підтверджено ним у 1940 році після аналізу ефективності прийомів виборчої агітації. Виявилося, що засоби масової інформації змогли переконати лише незначну частину аудиторії. Більшість орієнтувалася на те, як реагують на інформацію референти (експерти) думки. Це можуть бути особи, які або є реальними експертами у певній галузі або ті, хто виступають у ролі експерта [97]. Вперше проблему авторитету комунікатора серед цільової аудиторії порушив Арістотель у своїй праці «Риторика» [15]. «Етос» оратора відображав в очах публіки його морально-правові властивості, громадську та інші види діяльності, інтелектуальний потенціал та компетентність; це свого роду рівень повноважень людини заявляти про щось, говорити від імені когось тощо. «Пафос» відображає емоційне ставлення мовця до інформації та уміння передавати зміст натовпу; «топос» є узгодженням місця та часу інформаційного повідомлення. У суспільстві існує ряд соціально-рольових утворень, які мають беззаперечну довіру у пересічних членів спільноти (Т. Адорно) [6]. Психологічна роль «батька» («матері») має особливі традиційні форми взаємодії між ним (нею) та його (її) дітьми, які передаються через покоління за допомогою ряду трюїстичних тверджень: «батько у сім'ї голова», «батька необхідно поважати», «батько говорить правду», «батько знає як правильно» (А. Адлер) [5].

Пересічні люди звикли довіряти інформації, яка належить референтам думки – експертам у висвітленні певного питання чи фахівцям, які володіють об'єктивною інформацією та можуть надати незалежну оцінку певній події чи явищу. У системі засобів масової інформації ми можемо виокремити два типи інформаційних референтів:

1. Суб'єкти інформаційної діяльності, які мають право публічно виражати інформацію різного змісту та різної суспільної значимості. До них відносяться особи, які виконують керівні функції у суспільстві або організації та мають певний кредит довіри серед пересічного населення. До цього типу також відносяться суб'єкти соціальних відносин, які виконують певні еволюційно-доцільні суспільні ролі: «батька», «героя», «тирана», «винахідник», що сформували у процесі суспільної практики певний рівень довіри до себе, а тому всі види діяльності, які виконують виконавці цих ролей, сприймаються з певною довірою або повним запереченням. За вже сформованим архитипічним уявленням «батько», роль якого може виконувати керівник держави або іншого соціально-групового утворення, є

джерелом правди та істини, тому всі твердження з його уст сприймаються як аксіоми, що не потребують підтвердження.

2. Фахівці у сфері інформаційної діяльності, на яких покладено функцію пошуку, акумулювання та поширення інформації. До цієї категорії осіб відносяться фахівці, які здійснюють професійну діяльність у сфері журналістики, теле- та радіо індустрії.

Медіа пропонує соціально схвалювані патерни поведінки та взаємодії з людьми, що виконують певні соціально-психологічні ролі. На рівні аналізу поведінки героїв кіно, літератури, музичного мистецтва та загалом усього, що не стосується елітарної культури, людину вчать специфічно мислити, діяти, спілкуватися у межах як власної ролі (ролей) так і критично сприймати вчинки інших. Таким чином, змінюється зміст та психологічне наповнення усього, що оточує людину. Через призму моделей сприймання, людину змушують аналізувати не зміст вчинку, а його рольовий контекст, який здатен змінити вектор суспільного ставлення. Одна і та ж подія, вчинок чи факт суспільної життєдіяльності можуть мати різний суспільний резонанс, залежно від того, хто є їх суб'єктом і у якій ролі він перебував у той момент. Особливості суспільного ставлення до об'єктів соціального сприйняття закріплені на рівні мови, яка має різні лінгвістичні відповідники для подій, що наповнені однаковим змістом. Таким чином, громадськість диференціює їх на «своїх» та «чужих», «шпигунів» та «розвідників», «ополченців» та «карателів», «повій» та «коханок». Мова зберігає та передає суспільну традицію пояснення оточуючої дійсності, оволодіваючи нею особистість вчиться бачити світ не лише з чорно-білих позицій, а й помічати інші відтінки детермінації людських вчинків.

Ефективність впливу інформації на індивідуальну чи колективну картину світу залежить від того, у якій рольовій позиції перебуває мовець та яку рольову позицію він намагається нав'язати цільовій аудиторії. Це може бути роль, яка у своїй архитипічній основі має суспільний кредит довіри та налаштовує на цілковите та безапеляційне поглинання інформації (роль «батька», «матері», «вождя» тощо), або роль, яка використовується мовцем лише для посилення ефекту впливу інформації¹⁸. У психології реклами, політології та маркетингу цей феномен використовується з метою посилення споживацької поведінки та формування позитивного образу товару чи послуги (О. Лебедєв-Любимов) [185].

У розвиненому суспільстві функціонують спеціальні ролі, які мають право виражати громадську думку з приводу певних питань, що виносяться у публічну площину. У суспільстві передбачено ряд ролей еволюційно-доцільних ролей, які виконують функцію акумулювання інформації, її

¹⁸ У рекламній практиці уже давно використовують прийоми псевдо ідентифікації мовця. Актори, які використовуються у рекламному повідомленні з позиції «лікаря», «науковця», «очевидця» тощо. Незважаючи на це (очевидність того, що у рекламному повідомленні використовуються професійні актори) пересічні глядачі сприймають інформацію з позиції ролі, яку виконує актор, наприклад, вважають що рекламований продукт дійсно рекомендують лікарі.

експертної оцінки, поширення серед громадськості та ініціації процесів суспільної підтримки або спростування. Роль «експерта», до виконавців якої можна залучити людей, які займаються державним управлінням, науковою діяльністю чи займають статусно високу позицію, передбачає можливість вільно виражати власне ставлення до певних подій та явищ і поширювати його серед цільової аудиторії. Залежно від того, хто мовець (транслятор чи ретранслятор інформації) буде залежати сприйняття змісту іншими суб'єктами соціального середовища.

В експериментальному дослідженні, яке було проведено у 2016 році в Житомирському державному університеті імені Івана Франка, ми спробували визначити вплив рольової позиції мовця (адресата повідомлення) на ставлення до інформації осіб юнацького віку. Мета експерименту – визначення зміни якісного сприйняття інформації особами юнацького віку, в залежності від атрибуції автора та його рольової позиції. Оскільки стимульним матеріалом експерименту була наукова стаття¹⁹, ми визначили наступні критерії кількісної оцінки інформації: актуальність дослідження, наукова новизна, практичне значення, об'єктивність результатів дослідження, наукова компетентність автора, граматики та зміст, загальне враження від роботи. Критерії оцінки є зрозумілими для досліджуваних, оскільки використовуються ними у процесі власних курсових проєктів та під час написання наукових робіт.

У дослідженні взяли участь 80 осіб юнацького віку, які навчаються на спеціальності «психологія» соціально-психологічного факультету Житомирського державного університету імені Івана Франка. Ми використали простий експериментальний план для двох рандомізованих груп з тестуванням після експериментального випробування. У якості експериментального випробування ми попросили досліджуваних групи, яку випробували, оцінити перекладену нами російською мовою нашу статтю, автором якої був Іван Васильович Смоляков, доцент кафедри психології Педагогічного університету Луганської Народної Республіки²⁰. У контрольній групі досліджувані оцінювали статтю з зазначенням справжнього автора.

$$\begin{matrix} RxO^1 \\ R O^2 \end{matrix}$$

Де R – контрольна (40 осіб) та експериментальна групи (40 осіб), X – експериментальний вплив, який полягав у оцінці наукової статті, O¹, O² – вивчення ставлення до змісту інформації за пропонованою оціночною інтервальною шкалою (від 1 до 5).

¹⁹ У експерименті ми використали раніше опубліковану нами роботу «Психологія образу ворога у масовій свідомості», яка розкривала на той час актуальну проблему російсько-українського протистояння у інформаційній площині.

²⁰ Автор роботи та ЗВО є вигаданими

Досліджуванам дається 30 хвилин для самостійного ознайомлення з матеріалами статті. Після чого вони мають оцінити її за запропонованою шкалою. Зміст статті українською та російською²¹ мовами зрозумілий досліджуванам, проблем з розумінням специфічної термінології не було. У результаті проведеного експерименту ми проаналізували середні значення оцінки змісту стимульного матеріалу у контрольній та експериментальній групах. У експериментальній групі середній показник загального враження від наукової статті знаходиться на позначці 3,2 (з 5 можливих); оцінка актуальності дослідження – 3,92; наукова новизна – 3; практичне значення – 3,16; об'єктивність результатів дослідження – 3,42; наукова компетентність автора – 3,56; граматики та зміст – 3,5. У контрольній групі ми отримали наступні середні значення оцінки інформаційного змісту: загальне враження від роботи – 3,68; Граматика та зміст – 3,78; наукова компетентність автора – 4,24; об'єктивність результатів дослідження – 3,52; практичне значення – 3,24; наукова новизна – 3,68; актуальність дослідження – 4,34. Аналізуючи середні значення усіх показників, ми можемо констатувати, що оціночні значення показників «практичне значення», «об'єктивність результатів дослідження» і «граматика та зміст» не зазнали суттєвих змін (у межах 0,3). Показники «актуальність дослідження», «Загальне враження від роботи», «Наукова компетентність автора» мають суттєві відмінності, особливо, що стосується ставлення до автора (різниця 0,68). Оцінка за усіма критеріями статті, що виступала у якості стимульного матеріалу у контрольній групі, була вищою за середні значення в експериментальній (табл. 2.4).

Для статистичного підтвердження отриманих результатів, ми використали t-критерій Стюдента для незалежних вибірок, де вимір залежної змінної відбувається в інтервальній шкалі. Рівень статистичної значимості зсуву даних ми проводили по кожній зі шкал оцінки. У результаті статистичного аналізу ми встановили, що між показниками «наукова компетентність автора» у контрольній та експериментальній групі зсув оціночних значень є значим ($t=3,34185$), між показниками «актуальність дослідження» ($t=2,4348$); «наукова новизна» ($t=3,2535$); «практичне значення» ($t=-0,41777$); «об'єктивність результатів дослідження» ($t=0,6155$); «граматика та зміст» ($t=-1,28016$); «загальне враження від роботи» ($t=2,1433$). Таким чином, ми можемо дійти висновку, що рольова ідентифікація автора, у нашому випадку ідентифікація автора наукової статті, не впливає на оцінку об'єктивності фактів та матеріалів, які викладені у стимульному матеріалі, досліджувані однаково раціонально та критично сприймають їх. Також незначимим є зсув значень масиву даних у контрольній та експериментальній групі за показниками оцінки граматичного змісту тексту та практичного значення роботи.

²¹ Переклад здійснювався з метою посилення віри досліджуваних у можливість існування такого видання

Таблиця 2.4

Середні значення оцінки інформаційного змісту наукової статті (стимульного матеріалу) у контрольній та експериментальній групі

\bar{X}	Актуальність дослідження	Наукова новизна	Практичне значення	Об'єктивність результатів дослідження	Наукова компетентність автора	Граматика та зміст	Загальне враження від роботи
Екс. гр.	3,92	3	3,16	3,42	3,56	3,5	3,2
Кон. гр.	4,34	3,68	3,24	3,52	4,24	3,78	3,68

На ці показники оцінки змісту тексту не впливає ідентифікація автора та його рольова позиція. Найбільш значимий зсув даних ми помітили у показниках «наукова компетентність автора» та «наукова новизна». Досліджувані вважають, що автор з Педагогічного університету Луганської Народної Республіки має меншу наукову компетентність, що й позначається на зниженні наукової новизни тексту та загального суб'єктивного враження від нього. Ставлення до змісту та можлива його інтеграція у картину світу пересічної особистості за результатами нашого дослідження, залежить від рольової позиції мовця. Було встановлено, що інформаційне повідомлення, яке належить адресату, що ідентифікується з умовною роллю «ворога», втрачає свою цінність, об'єктивність та ефективність впливу на свідомість адресата. Незважаючи на те, що автор мав ідентифікаційні атрибути «науковця», який сприймається цільовою аудиторією з високим ступенем довіри, територіальна та ідеологічна приналежність автора унеможливили критичну оцінку наукової цінності змісту стимульного матеріалу. Показовим також є небажання учасників дослідження верифікувати отримані ними вихідні дані. Жоден з учасників дослідження не поцікавився тим, наскільки правдоподібним є існування вказаного в стимульному матеріалі ЗВО та наявність у його складі зазначеного працівника (автора матеріалу). З огляду на те, що кожен з учасників дослідження володів телефоном, який був приєднаний до мережі Internet, у кожного з них була потенційна можливість перевірити достовірність даних, які вони отримали. У межах експерименту ми перевірили наскільки впливовою є примусова ідентифікація комунікатора

мовлення на ступінь оцінки інформації пересічним споживачами та суб'єктивного ставлення до неї.

В інформаційному суспільстві референти думки, або персони, які займають рольові позиції, що дозволяють поширювати певну інформацію, займають статусно вищу позицію ніж пересічні громадяни. До інформації, яка передається у межах позиції, умовно назвемо її «рівний-рівному», існує певний рівень недовіри, який породжується природнім бажанням людини перевірити істинність знань, встановити можливість існування тих чи інших фактів, визначити ступінь особистісної причетності до подій та явищ, які описані в інформаційному повідомленні.

У суспільстві існує ряд суспільно-необхідних ролей, які мають особистісні атрибути, що підвищують суспільну та індивідуальну значимість змісту, який поширюється. Ставлення до змісту інформації та надання їй атрибуту особистісної значимості змінюється відповідно до того, яку суспільно-позитивну/негативну роль виконує мовець. Нами було емпірично вивчено вплив на суб'єктивну та суспільну значимість інформації рольової позиції мовця. Ми виокремили ряд публічних соціальних ролей, які мають підтримку серед громадськості: «президент», «видатний науковець», «громадський діяч».

У експериментальному дослідженні ми використали план для кількох рандомізованих груп з різними рівнями незалежної змінної з тестуванням після випробування.

$$\begin{array}{l} R X_1 O^1 \\ R X_2 O^2 \\ R X_3 O^3 \\ R O^4 \end{array}$$

R – експериментальні та контрольна групи; X_{1-3} – експериментальний вплив; O^{1-4} – виміри після експериментального впливу. Незалежна змінна у нас виражалася як оцінка суб'єктивної важливості інформації, яка ідентифікується з мовцем, який виступає у одній з публічних ролей: «президент», «видатний науковець» та «громадський діяч». У дослідженні ми використали наступні прояви незалежної змінної: X_1 – атрибуція авторства Президенту України; X_2 – атрибуція авторства повідомлення відомому українському науковцю; X_3 – атрибуція авторства повідомлення громадському діячу; нульовий вплив – знеособлене повідомлення (повідомлення без автора). У якості персоніфікації першого образу ми обрали п'ятого Президента України П.О. Порошенка (на момент дослідження діючого), у якості персоніфікатора другої рольової позиції – президентна НАН України – Б.Є. Патона та третьої – відому письменницю та дисидентку Л.В. Костенко, яка на сучасному етапі існування країни не веде активну громадську роботу, проте асоціюється у досліджуваних з громадськими

активістами та людьми, які працюють на користь громади²². Запропонований інформаційний контент, стосувався суспільно-значимих проблем, які досить опосередковано стосувалися досліджуваних та тих поточних життєвих завдань, які вони вирішували. Опитувальник містить в десять тверджень, які не мають нічого спільного з реальністю та не мали і не матимуть місце у суспільному житті України. Після кожного твердження досліджуваним потрібно було визначити наскільки сприйнята інформація є важливою для них особисто у діапазоні оціночної шкали від 1 до 10.

Дослідження проводилося на базі соціально-психологічного факультету та ННІП педагогіки Житомирського державного університету імені Івана Франка. У дослідженні взяли участь 120 осіб (по 30 осіб у кожній з груп). Завданням досліджуваних було прочитати запропоновані твердження та оцінити їх значимість для них особисто. Для статистичного підтвердження/спростування значимості зсуву даних ми використали однофакторний дисперсійний аналіз ANOVA для інтервальної шкали вимірювання середніх величин прояву залежної зміни в експериментальній та контрольній групах. Нульова статистична гіпотеза полягала у тому, що ідентифікація публічної ролі мовця не впливає на суб'єктивну значимість інформації. Статистична обробка даних відбувалася у програмі Statistica 6.0. Дисперсійний аналіз середніх значень прояву суб'єктивної значимості інформації у контрольній та експериментальній групах мав значення $p=0,65$. Таким чином, ми відкидаємо нульову гіпотезу та констатуємо, що на суб'єктивну важливість інформації впливає ідентифікація реципієнтом комунікативного процесу публічної ролі мовця. Середні значення свідчать, що найбільшій значимості для досліджуваних має інформація, яка ідентифікується

з громадським діячем ($\bar{X} = 6,3^{23}$, $t = -5,99$ при $p > 0,05$). Вони зазначають, що якщо ці питання виносяться на громадське обговорення – то вони є апріорі важливими та мають безпосереднє відношення до їх подальшого добробуту. Громадський діяч має позитивне ставлення до себе, оскільки його публічна роль полягає у безкорисливій роботі заради добробуту усіх. Найменшу, порівняно з показниками експериментальних груп, має суб'єктивну довіру інформація, яка позиціонується з науковцем ($\bar{X} = 5,53$, $t = -3,03$). Ідентифікація мовцем Президента України має середній показник суб'єктивної значимості інформаційного повідомлення ($\bar{X} = 6,06$, $t = -4,9$), що свідчить про те, що ця

²² Рольові персоніфікатори визначалися на основі попереднього експрес-опитування серед вибірки експериментальної та контрольної груп та обробки його результатів за допомогою контент-аналізу.

²³ Для визначення того, який з контрольних вимірів відрізняється від середніх значень контрольної групи було використано t-критерій Стюдента для незалежних вибірок.

рольова позиція є вагомим для досліджуваних в силу того, що вона має рольові статусні повноваження для здійснення публічної інформаційної діяльності.

За результатами нашого дослідження ми приходимо до висновку, що ідентифікація публічної рольової позиції мовця посилює суб'єктивну важливість інформації. Інформаційні повідомлення набувають властивостей, які пришвидшують їх інтеграцію у індивідуальну картину світу: особистіна забарвленість повідомлення, особиста зацікавленість повідомленням публічної персони «ми», формування уявлення про те, що інформація є життєво важливою для усіх членів спільноти. Референти думки, якими апіорі є публічні особи, задають вектор суспільного світосприйняття, вказують на ті елементи простору, які є важливими і які, так чи інакше, пов'язані з конкретною особистістю. Як виявилось, роль науковця є менш ефективною у процесі формування громадського зацікавлення інформаційним контентом і навпаки, роль громадського діяча виявилася найбільш ефективною у цьому процесі.

Інформаційний обмін або залучення громадськості до інформаційних процесів (як правило одностороннього характеру) призводять до відчуття причетності, у пересічних громадян, до суспільних процесів [338]. Колективні дії, навіть віртуального характеру, формують суспільну ідентифікаційну групову тотожність «ми», відчуття спільності: «ми це робимо», «ми це знаємо», «ми в це віримо», «ми цього не допустимо» тощо.

У межах нашого дослідження ми використовуємо поняття **примусової ідентифікації**, яким розкриваємо специфіку рольової взаємодії особистості у сучасному інформаційному просторі та технологію формування картини світу шляхом штучного (примусового) приписування особистості або групі осіб певного соціального ідентифікатора (ролі). Це може бути національність, стать, сімейний статус, релігійна чи політична приналежність. У процесі взаємодії з інформаційним простором, мовець, використовуючи спеціальні лінгвістичні прийоми маніпулювання, формує групову єдність «ми». Мовець і цільова аудиторія інформування, для того, щоб інформація здійснила певний вплив мають перебувати у межах певної спільності «ми». Здійснюючи штучну ідентифікацію мовець налаштовує, за допомогою моделей сприймання, на певну послідовність у вираженні індивідуального ставлення до подія і явищ, які відображаються у змісті інформації, яку він транслює (Н.С. Яременко) [380]. У останні роки засоби масової інформації транслюють інформаційний контент, який формує у пересічних громадян України відчуття «українськості» та свідому міжгрупову ідентифікацію з українцями як груповим утворенням на рівні «ми». Це призводить до посилення ефекту групового прийняття інформації яка продукується «українцями про українців для українців» (та тих групових спільнот, які знаходяться у системі стосунків «вони» та «інші»). Будь-яка соціальна ідентифікація вимагає послідовності у вчинках на рівні групової більшості. Перебуваючи у межах ситуації є єдиному інформаційному просторі людина змушена мислити, діяти, виражати ставлення, підтримувати громадську

думку «як українець», що може обмежувати сприйняття світу, особливо, якщо ця етнонаціональна рольова ідентичність є домінуючою у більшості соціальних ситуацій у яких вона перебуває [422; 426].

Культурний та світоглядний тиск більшості, з якою намагається себе ідентифікувати пересічна особистість, відчувається на етапі формування індивідуального ставлення до події чи явища, яке є предметом інформаційного повідомлення. Еталонним когнітивно-поведінковим та емоційним ставленням до чогось є думка особи, яка репрезентує групову більшість (К. Ясперс, Ж. Бодріяр «Привид натовпу»). Пересічна людина виявляється неспроможною повно та об'єктивно оцінити ситуацію, тому, у більшості випадків покладається на узагальнене ставлення до певного об'єкта чи явища, яке популяризується інформаційною мережею територіальної спільноти.

Будь-яке соціальне об'єднання має структурно-функціональну будову, яка обумовлюється загальною метою функціонування групи та світоглядними позиціями взаємного співіснування й підтримки суспільного блага. Воно ґрунтується на колективному усвідомленні необхідності досягнення певного стандарту якості життя, що у свою чергу зумовлює необхідність прийняття спільних правил та колективного розподілу ролей. Рольова суспільна матриця формується з урахуванням тих функцій, які виконує соціальне об'єднання, що у свою чергу підтримує ідею визнання кожним з його членів необхідності «нести благо для інших». У цій системі координат особистість знаходиться у постійному пошуку себе як носія унікальних рис та світоглядних диспозицій й представника соціуму, який готовий працювати на користь інших.

Опираючись на концептуальні погляди С. Московічі на структуру індивідуальної свідомості, ми схилиємося до думки, що структуру колективної рольової матриці утворюють три групи ролей: ролі, пов'язані з біопсихічними властивостями особистості, соціальні ролі та індивідуальні [228]. У процесі життя та на різних етапах соціально-вікового розвитку, ролі індивідуального значення та ролі, які пропонує виконувати соціальне середовище змінюють свою особистісну вагу. У своїй єдності вони утворюють складну особистісну матрицю рольової репрезентації особистості. Типологія рольових репрезентацій особистості С. Московічі відображає, певним чином, логіку еволюції суспільного бачення можливості реалізації особистості у системі соціальних відносин: від слідування соціальним очікуванням, які пов'язані з тілесною конституцією до можливості особистісного самоконструювання в індивідуальній системі координат. У межах епігенетичної теорії розвитку Е. Еріксона особистість є складним інтегральним утворенням, яке акумулює у собі три базові компоненти: тілесну, особистісну та соціальну ідентичність [374]. Особистісна ідентичність є сукупністю конституційних задатків, базових потреб, здібностей, значимих ідентифікацій, успішних сублимацій та постійних ролей Ego [393]. Соціальна ідентичність відображає міру особистісної

представленості особистості у найбільш важливих сферах суспільної життєдіяльності – політиці, мистецтві, релігії, статево-рольових відносинах. Ч. Гордон виокремив наступні групи соціальних ролей, які виконує доросла особистість:

- статева ідентичність;
- етнічна ідентичність;
- соціальна ідентичність;
- політична ідентичність;
- професійна ідентичність.

Щодо останньої, як і Е. Еріксон, вважав її основною у системі рольової репрезентації особистості, оскільки вона пов'язана з суспільно-необхідними видами діяльності [393]. З іншого боку, занадто перебільшене психологічне значення інших груп ролей, які можуть мати суто декларативне значення у межах окремо взятого індивіда. З огляду на те, що основною функцією суспільства є забезпечення стабільного існування об'єднання людей у колективній рольовій матриці домінуючими залишаються ролі, які орієнтовані на задоволення потреб інших людей, першими з яких є професійні ролі особистості. У процесі соціально-вікового розвитку, особистість на кожному з ключових етапів знаходиться між двома полюсами: суспільні очікування та внутрішні наміри й бажання, які і обумовлюють **схильність особистості до монополярної, уніполярної, та біполярної ідентифікації**.

Для вирішення завдань нашого дослідження ми модифікували методику М. Куна та Т. Макпартленда «Хто я?». У її завдання входить вивчення соціальних та особистісних ідентифікацій особистості в системі соціальних стосунків «Я-Ми-Вони». Відповідно до нашої теоретичної моделі стратегіальної організації особистісного світосприйняття в інформаційному суспільстві, ми припускаємо, що кожна рольова диспозиція, яка є усвідомленою та прийнятою особистістю і перебуває у певній системі стосунків з іншими суб'єктами соціальних відносин, які також є виконавцями певних ролей (ролі). У процесі взаємодії з оточуючим світом пересічна людина вступає у складну систему інформаційного обміну, який залежить від того ким вона є у момент взаємодії, ким є реальний чи умовний співрозмовник та у межах якого контексту відбувається взаємодія з оточуючими.

У межах нашого дослідження, яке було проведено у 2017 році за методикою «Хто я?», класичний варіант М. Куна та Т. Макпартленда (1954) у мережі Internet за допомогою сервісів Google Form та Qualtrics серед осіб юнацького віку, ми встановили провідні ролі, які досліджувані усвідомлюють як основу власної ідентичності. У дослідженні взяли участь 280 осіб з різних регіонів України: 87% жителі міст та селищ міського типу, 13% жителі сільської місцевості, 98% навчаються у ЗВО I-IV рівня акредитації, 73% досліджуваних жіночої статі, 27% – чоловічої.

Нами було зафіксовано, що до основних диспозиційних ролей, які усвідомлюють досліджувані юнацького віку, відносяться:

1) Етнонаціональна ідентифікація (91%): «українець(ка)». Це пов'язано з тим, що ця ідентифікація в еволюційному контексті розвитку людської популяції була однією з перших. Вплинуло також на це медійне перенасичення контентом українсько-російського протистояння та примусова ідентифікація членів українського суспільства у ролі «українця» як диспозиційного протиставлення ворогу та агресору «росіянину».

2) Соціально-професійна ідентифікація (90%): «студент(ка)», «психолог», «філолог», «менеджер», «правник» тощо. Професійні ролі у сучасному суспільстві є провідними, вони експектуються середовищем та заохочуються до освоєння. Організація процесу ігрової та навчальної діяльності у суспільстві відбувається з метою успішного освоєння та прийняття особистістю своєї професійної ролі.

3) Статева ідентифікація (90%): «хлопець/дівчина», «чоловік/жінка». У розрізі суспільного філогенезу вона є однією з перших усвідомлених людиною ролей. Статева диференціація та ідентифікація були в основі першого поділу праці та організації суспільних взаємовідносин. У суспільстві сформована масова культура статевої ідентифікації та диференціації.

4) Ідентифікація родинних стосунків (74%): «брат/сестра», «чоловік/дружина», «син/донька» тощо. В українському суспільстві закладена патріархальна традиція взаємовідносин, яка створює умови для спільного існування декількох поколінь. Якщо для західного суспільства традиційною є рання сепарація дітей та батьків, то в українській ментальній культурі прийнятним є співіснування декількох поколінь у межах спільного простору (територіального, житлового).

Наступні виокремлені рольові диспозиції не набрали більше 20%, це свідчить про те, що вони стосуються лише окремих представників суспільства, субкультур та маргінальних осередків.

5) Релігійна ідентифікація (14%): «християнин(ка)», «православний(на)/католик(чка)», «віруючий(ча)» тощо. Серед осіб юнацького віку спостерігається низький рівень релігійності та ототожнення на рівні представника релігійного угруповання. Ідентифікація з релігійною групою актуалізується у період відзначення релігійних свят або критичні періоди життя людини.

6) Ідентифікація описових характеристик (13%): «чемний(на)», «класний, кльовий, продвинутий», «красивий(ва)», «людина» тощо. Ці рольові позиції свідчать про фіксації особистості на певних соціально-психологічних характеристиках, які є важливим для неї у процесі соціальної взаємодії. Ролі «красивої дівчини», «розумного хлопця», «інтелектуала» є прикладами функціональної ідентифікації а не стратифікаційної (ідентифікації з людьми, які мають певні соціально-психологічні властивості, а не належать до певного формального чи неформального осередку). Вони є більш полenezалежними по відношенню до середовища, людина може

наповнювати їх різним змістом та надавати своїх особливих поведінкових характеристик.

7) Соціально-політична ідентифікація (4%): «патріот», «член ГО», «громадський активіст» тощо. Незначна частина ідентифікує себе зі спільнотами, які займаються громадським активізмом, благодійною та волонтерською діяльністю. Поодинокі учасники ідентифікують себе з конкретною політичною партією чи блоком (менше 0,05%).

Кожна рольова диспозиція на рівні масової свідомості, певним чином, взаємодіє з іншими ролями, відповідно до поширених у суспільстві моделей сприймання, тому вимагає від виконавців певної поведінкової та когнітивної послідовності. У типових ситуаціях взаємодії з оточуючим середовищем, пересічна особистість вступає у взаємодію з іншими учасниками у межах тієї рольової позиції, яку вона займає у певний момент. Стратегія взаємодії з тією чи іншою роллю залежить від геополітичного, соціально-економічного та ситуативного контексту.

Наша модифікація методики «Хто я?» передбачає визначення не лише значимих рольових ідентифікацій досліджуваних, але й їх включення у міжгрупові стосунки на рівні «ми» та «вони». Відповідаючи на питання «хто я?», пересічна особистість усвідомлює також «хто ми» та «хто вони» у цій системі взаємовідносин. Послідовна ідентифікація передбачає ототожнення людиною себе на рівні «ми» як множинного відповідника ідентифікації на рівні «я» («людина/люди»).

Будь-яка з ідентифікованих ролей мусить мати підтримку більшості: відповідно до положень Б.Ф. Поршнєва, ідентифікація на рівні «вони» є домінуючою по відношенні до ідентифікації на рівні «ми» [259]. Не всі ідентифіковані ролі мають біполярну структуру «я»-«ми»-«вони». За результатами нашого дослідження ми виявили, що 82% досліджуваних, які використовували ідентифікаційну характеристику «українець», зазначали відповідь на питання «вони» – росіяни, 16% – не вказували на це питання жодної відповіді, 2% – зазначали відповідь «поляки», «араби», «американці» (рис.2.4). Уніполярна ідентифікація не передбачає ідентифікації на рівні «вони», у межах біполярної ідентифікації усвідомлення образу «вони» необхідний. Одна і та ж роль може перебувати у уніполярній та біполярній системі міжгрупової ідентифікації, що впливатиме на ставлення особистості до досвіду, який вона отримує у процесі взаємодії, та спосіб його інтеграції в її картину світу. У межах біполярної ідентифікації 86% досліджуваних, які зазначили у відповідях опитувальника «українець/українка», на питання «ми» відповіли «українці», 7% зазначили «європейці», 4% – «люди», 3% мали інші варіанти відповідей (територіальна приналежність, соціальний статус). У межах уніполярної ідентифікації усі досліджувані ототожнювали себе на рівні групової більшості «ми» з «українцями».

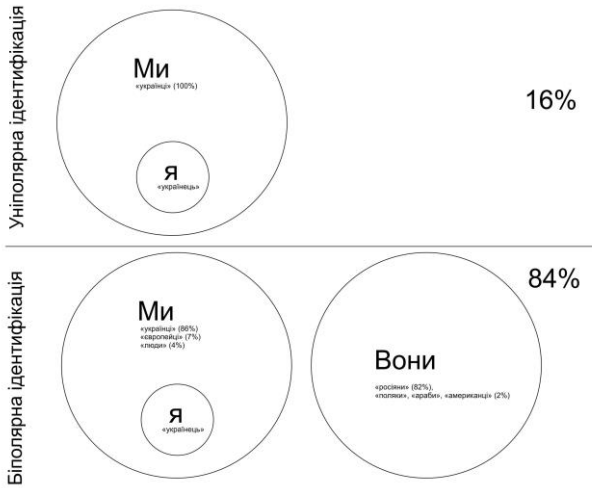


Рис. 2.4. Етнонаціональна уніполярна та біполярна ідентифікація серед осіб юнацького віку

Аналіз результатів дослідження свідчить про те, що статево-рольова ідентифікація також має біполярну структуру у більшості досліджуваних. На питання «вони» «жінки/дівчата» відповідали «чоловіки/хлопці» (67%). Для 33% вона має уніполярну структуру. Для досліджуваних чоловічої статі у «вони» складають «жінки», в 26% досліджуваних такого протиставлення немає (рис 2.5).

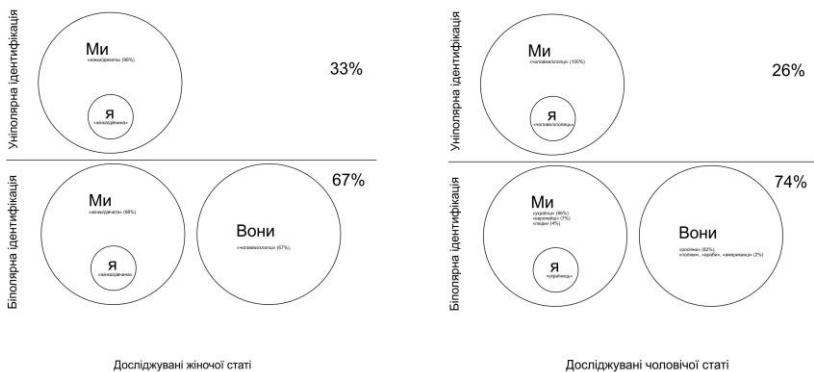


Рис. 2.5. Статево-рольова уніполярна та біполярна ідентифікація серед осіб юнацького віку

У 2% досліджуваних осіб жіночої статі була відсутня рольова ідентифікація на рівні «ми». Соціально-професійна ідентифікація також у більшості випадків має біполярну структуру. Досліджувані, які себе ідентифікували з рольовою позицією «студент» у 75% протиставляли ролі «викладач». Для 25% досліджуваних ця рольова позиція є уніполярною. У 13% досліджуваних, які ідентифікують себе як «студент/студентка» відсутня рольова ідентифікація на рівні «ми» (рис 2.6).

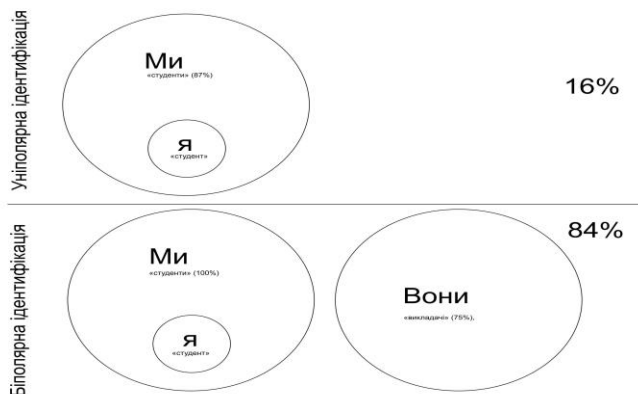


Рис. 2.6. Соціально-професійна уніполярна та біполярна ідентифікація серед осіб юнацького віку

Рольові позиції, які використовують пересічні громадяни під час взаємодії з іншими суб'єктами соціальних відносин, вимагають специфічного ставлення до інформаційного контенту, який опосередковує цей процес або його ініціює. Одна і та ж інформація, може по різному відобразитися у картині світу особистості, залежно від того, хто є її суб'єктом (або яка з ролей у певний момент є актуалізованою). Міжрольові стосунки, які реалізуються у взаємних рольових експектаціях та очікуваннях, побудовані на специфічному загальногруповому ставленні однієї ролі до іншої. Особистісне ставлення до інформації залежить від того, яка модель стосунків вибудована у даний момент між роллю реципієнта та суб'єкта, який вступив з нами у процес інформаційного обміну.

На рівні ідентифікації родинних стосунків нами було виявлено, що уніполярна ідентифікація у цій системі ролей є переважаючою. Лише 38% досліджуваних як рольову позицію «вони» виокремлюють соціально-рольове утворення «батьки». У 9% досліджуваних відсутня ідентифікації на рівні «ми», у 38% досліджуваних присутня рольова ідентифікація «вони» - «батьки» (рис. 2.7).

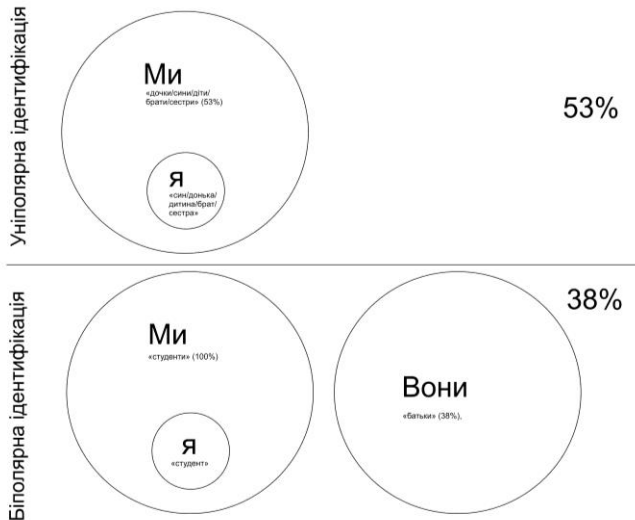


Рис. 2.7. Уніполярна та біполярна ідентифікація родинних стосунків серед осіб юнацького віку

Залежно від ролі, яку у певний момент часу усвідомлює пересічна людина та відповідно якої виражає певну активність, різняться стратегія взаємодії з інформаційним контентом. Вона обумовлює спосіб інтеграції або навпаки дистанціювання, заперечення, вибіркового засвоєння нових знань в усталену картину світу, ступінь довіри до адресата мовлення та налаштування на подальшу взаємодію з ним.

Засоби масової інформації та віртуальні соціальні мережі як ресурси конструювання картини світу особистості

Специфікою сучасних ЗМІ є орієнтація на тренди культурного розвитку суспільства, на те, що буде сприйматися без особливих запитань та обговорень з боку пересічних громадян (М. Аронсон, Д. Спетнер, К. Амес) [386]. Професійні журналісти знають, що інформація, яка іде у розріз офіційній політиці чи офіційній інтерпретації, може спричинити масове обговорення, яке у результаті призведе до викриття фактів та встановлення справедливості (якщо ми говоримо про масову справедливість як віру більшості у певний причинно-наслідковий порядок речей). У межах радянської системи журналістики преса та інших ЗМІ використовувалися у якості засобів поширення ідеологічно коректної картини світу: люди сприймають інформацію, яка поширюється через пресу та телебачення як ту, що має офіційну державну підтримку. Пересічні громадяни, більшою мірою, довіряють інформації, отриманій з офіційних медіа. У випадку дисонансу триманої інформації з реальним перцептивним досвідом особистості, відбувається штучна корекція (раціоналізація, переосмислення) індивідуального досвіду «я» у відповідність до загальногрупового досвіду «ми». Цифрові соціальні мережі є відносно новим технологічним інструментом формування картини світу особистості, проте він набирає популярності та дає більші можливості обміну інформацією, порівняно з іншими інформаційними ресурсами.

Соціальні мережі на сьогоднішній день є віртуальним виміром життєдіяльності людей. Вони дають можливість здійснювати комунікацію у просторі, який не має територіальних, часово-просторових та культурно-стратифікаційних обмежень, що полегшує процес обміну інформацією. **Сучасна людина має можливість двічі повноцінно проживати життя у фізичній та цифровій площині, та користуючись науково-технічними перевагами останньої, нівелювати перешкоди та вади, які виникають у процесі взаємодії з першою** [145]. Цифрове інформаційне середовище дало можливість людям з обмеженими фізичними, економічними, соціально-психологічними можливостями відкривати для себе світ: подорожувати, спілкуватися з іншими людьми, які знаходяться на значній відстані, здобувати новий досвід та поширювати власний.

У проведеному нами дослідженні в листопаді-грудні 2017 року у межах грантового проекту Житомирської ОДА «Психічне здоров'я дітей: від знань до дій»²⁴ ми визначили роль ЗМІ та інших інформаційних ресурсів та агентів інформування у процесі конструювання образу «людини з особливими потребами» в масовій свідомості жителів Житомирської області. У дослідженні взяли участь 686 осіб, які проживають на території

²⁴ Проект реалізувався ГО Центр практичної психології «ForLife»

Житомирської області: особи, які мають серед контактного оточення осіб з інвалідністю та які не мають досвіду спілкування з такими людьми. У дослідженні було використано метод опитування, який містив запитання закритого типу. Досліджувані обирали декілька варіантів з запропонованого списку (множинний вибір). У результаті математичної обробки даних було отримано відсотковий розподіл використання основних джерел отримання інформації у якості ресурсу реконструкції образу людини з інвалідністю: соціальні мережі, телебачення, радіо, педагоги, рідні (члени родини), друзі (знайомі), громадські організації, лікарі. Також фіксується відсоток осіб, які не мають жодного уявлення про те, хто такі інваліди або сумніваються в об'єктивності своїх суджень.

Контент-аналіз інформаційного змісту місцевих ЗМІ Житомирської області, який був дотичний до теми становища інвалідів в регіоні, більшою мірою стосувався проблеми: «порушення прав інвалідів», «соціального забезпечення та умов проживання», «труднощі доступу до освітніх, культурних, медичних послуг» (О.І. Свінцицька, 2015) [280]. Частота вживання поняття «інвалід» з іншими прикметниковими конструкціями та специфічний інформаційний контекст, формують соціально-непривабливий образ цієї категорії осіб. Вони, опираючись на дослідження О.І. Свінцицької, потребують, більшою мірою, допомоги, опіки та створення специфічних умов, що утворює певні труднощі для пересічних громадян, ніж можуть щось запропонувати конструктивне та корисне для суспільства. Частина інформаційного контенту Житомирських ЗМІ пов'язують осіб з особливими потребами з агресією, шантажем і надмірними вимогами від влади та оточення.

До основних джерел отримання інформації про осіб з особливими потребами, за результатами нашого дослідження, є соціальні мережі, інтернет-ресурси, лікарі, контактне соціальне середовище (друзі, знайомі, родина, колеги), педагоги, засоби масової інформації, активісти громадських організацій та політичні діячі. Не мають уявлення про осіб з особливими потребами або сумніваються у об'єктивності власних суджень лише 7 % досліджуваних (47 осіб). Громадські організації та активісти а також політичні діячі є джерелом отримання інформації про осіб з особливими потребами для 37,5% досліджуваних, що свідчить про недостатню ефективність діяльності цієї соціальної інституції у напрямку інформатизації соціального середовища (рис.2.8.). Прямий контакт з людьми, що мають вади психічного чи фізичного розвитку, через знайомих, друзів та колег мають 50,1% опитаних. Реальний досвід взаємодії з цією категорією людей є лише у половині опитуваних, з них постійно контактують у повсякденному житті з особою, що має певні фізичні чи психічні порушення, контактують 42 % респондентів, інші мають ситуативні зв'язки на рівні знайомих або контактували з ними один раз в житті.

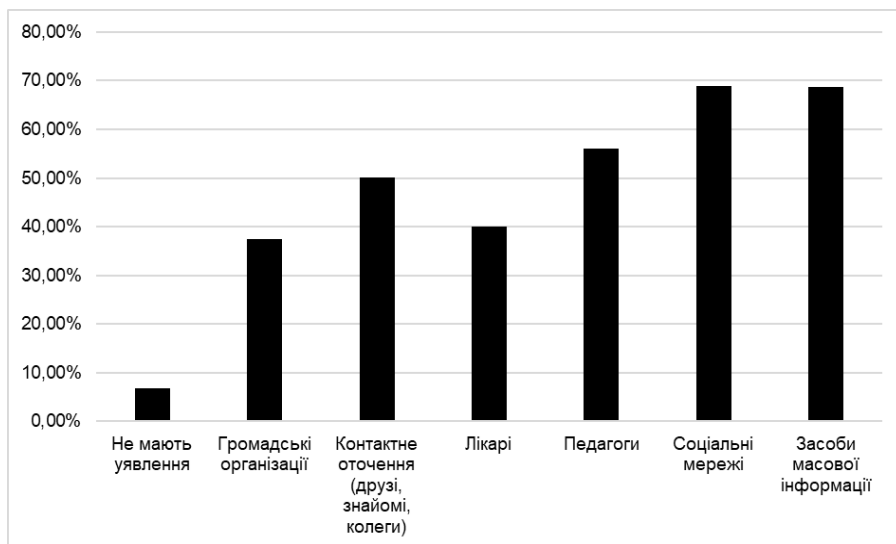


Рис.2.8. Інформаційні джерела конструювання образу осіб з інвалідністю у масовій свідомості жителів Житомирської області

42% респондентів додаткову інформацію отримують від лікарів та інших медичних працівників, або вважають, що вони є об'єктивним джерелом інформації про цю категорію людей. Вони є дійсно компетентними фахівцями та можуть надавати повну інформацію про специфіку того чи іншого психічного порушення. Від педагогічних працівників отримують інформацію більша кількість респондентів – 56,1%. У процесі реформування вищої освіти та впровадження інклюзивної освіти педагогічні працівники стали вагомим джерелом інформації для конструювання образу особи з особливими потребами. Найбільша кількість респондентів відповіла, що вони отримують інформацію з цифрових соціальних мереж – 69,4% та з засобів масової інформації – 68,7%. Сучасні інформаційні мережі дозволяють здійснювати комунікацію з цією категорією осіб, нівелюючи часово-просторові перешкоди. У такий спосіб відбувається організація спільної соціальної активності у іншій (не фізичній) площині. Цифрове інформаційне середовище, яке є основою інформаційного суспільства, забезпечує можливість індивідуальної та групової активності осіб, які не мають можливості взаємодії у реальному фізичному просторі. Однак, у віртуальному світі відбувається спотворення об'єктивної дійсності: прагнення до ідеалізації образу «Я», атрибуції нереальних рис або їх гіперболізації, вигадкування фактів та продукування інформаційних «фейків» (або часткове спотворення змісту). Засоби масової інформації також займають лідируючі позиції у процесі формування образу людини з інвалідністю. Їхня особливість полягає у поширенні загальноприйнятої

моделі сприймання, через яку відбувається фільтрація особистісного досвіду людини. Через екрани телебачення, радіо та пресу транслюється той образ людини з особливими потребами, який буде відповідати більшості соціальних очікувань пересічних громадян, а отже зберігати в своїй основі стигму у ставленні до них: страх, ворожість, дистанціювання у стосунках.

З порівняння варіантів відповідей досліджуваних ми можемо зробити висновок, що найрозповсюдженішими варіантами поєднання відповідей в умовах множинного вибору джерел отримання інформації про осіб, які мають інвалідність є «соціальні мережі», «засоби масової інформації», «педагогічні працівники». Люди, які отримують інформацію про цю категорію осіб від контактного оточення (друзі, знайомі, колеги), зазвичай, зазначають, що додаткову інформацію про цю категорію осіб вони отримують від лікарів та діячів громадських організацій (51% досліджуваних).

Ми можемо констатувати, що засоби масової інформації є основними джерелами отримання інформації для осіб з інвалідністю, особливо, якщо ми говоримо про людей, які не мали тривалого чи постійного контакту з ними або мають ситуативний досвід взаємодії. Вони орієнтовані на загальний суспільно-схвалюваний образ цієї категорії осіб. Контактуючи з ними у соціальних мережах, пересічні громадяни не ідентифікують їх як інвалідів (оскільки ця рольова позиція не афішується), тому атрибуція соціальних рис відбувається на основі ідентифікування іншої диспозиційної ролі (національності, статі, професії). Суспільний досвід у процесі конструювання картини світу та образу людини з інвалідністю є домінуючим по відношенню до досвіду індивідуального. Сприймаючи цю категорію осіб у повсякденному житті пересічні громадяни приписують їм риси, які транслюються засобами масової інформації та можуть бути не властивими для реальної особи.

Опираючись на отримані нами результати, ми можемо констатувати, що основою образу людини з інвалідністю у свідомості пересічних українців є та інформація, яка поширюється засобами масової інформації та цифровими соціальними мережами. Мають меншу впливовість на світогляд знання, які поширюються медичними працівниками та педагогами через спеціалізовані канали інформації. У дослідженні, проведеному у рамках проекту «Впровадження інклюзивної освіти у закладах освіти Житомирської області» Центром соціально-психологічних досліджень Житомирського державного університету імені Івана Франка (до складу якого входить автор роботи) та Болонським університетом у 2011 році було виявлено, що 63% досліджуваних не мали постійного чи тривалого контакту з людьми, що мають вади розвитку. 12% сумнівалися у правильності своїх суджень щодо цієї категорії осіб, лише 25% постійно контактували з цією категорією осіб. Основним джерелом отримання інформації про цю категорію осіб були засоби масової інформації (83%). 54% досліджуваних, які обрали «засоби масової інформації» як джерело отримання інформації про осіб з особливими потребами не зазначають альтернативних джерел. На другому місці у якості інформаційного ресурсу конструювання образу цієї категорії осіб виступали

«контактне середовище (друзі, знайомі, колеги)» (26%), «громадські організації» (33%), «лікарі» (28%). Останніми були «соціальні мережі» (24%) та «педагоги» (11%). У період з 2011 по 2018 рік відбулося посилення ролі соціальних мереж у якості ресурсу конструювання картини світу пересічної особистості (з 24% до 68%). Також про результативність впровадження інклюзивної освіти у навчальних закладах Житомирського регіону свідчить те, що педагогічні працівники стають ефективними агентами інформування громадськості про соціально-психологічні властивості цієї категорії осіб, їх об'єктивні властивості та можливості інтеграції у соціальне середовище. Класичні засоби масової інформації, до яких ми відносимо телебачення, радіо, періодичні видання на сьогоднішній день не втрачають своєї значимості як ресурс конструювання образів світу, проте альтернативою їм стають цифрові соціальні мережі, які можуть поширювати альтернативний зміст.

У результаті обробки та інтерпретації результатів дослідження, проведеного у межах грантового проекту Житомирської ОДА у 2017 році, ми дійшли висновку, що засоби масової інформації та соціальні мережі є провідними інформаційними ресурсами для пересічних громадян у якості ресурсу конструювання образу осіб з особливими потребами. Соціальні мережі посилюють свій вплив та стають вагомими альтернативним джерелом інформації про навколишній світ: вони дозволяють безпосередньо спілкуватися з суб'єктом діяльності, проте виникають ризики поширення необ'єктивної інформації або такої, яка суперечить об'єктивній реальності.

У вище згаданому науково-дослідному проекті «Українське покоління Z: цінності та орієнтири» (2017), реалізованого за підтримки Фонду ім. Фрідріха Еберта, було проведено репрезентативне соціологічне опитування серед 2000 досліджуваних у віці 19-29 років [329]. З метою виявлення джерела отримання інформації про актуальні політичні події в Україні, досліджувані мали зазначити, які інформаційні ресурси вони використовують у повсякденному житті. Лідруючі позиції у процесі інформування молоді займають Українські веб сайти (не соціальні мережі) – 50% досліджуваних орієнтуються на них, 61% досліджуваних довіряють телебаченню. Довірою користуються виключно українські інформаційні ресурси або ті, що входять до сфери впливу та споживання групової більшості «ми». Західні та Російські Internet-ресурси мають невеликий контингент користувачів (3-5%). Невелика частина досліджуваних отримує інформацію у процесі контактної взаємодії з іншими членами спільноти: 18% – у процесі обговорення з рідними та близькими, 14% – у процесі обговорення в родині. Лише 11% досліджуваних отримують інформацію про політичні події в Україні та закордоном з соціальних мереж. Як і в проведеному нами дослідженні у рамках проекту «Психічне здоров'я дітей: від знань до дій», більшість людей орієнтовані на споживання інформації через традиційні ЗМІ (в основному, телебачення). У межах дослідження було виявлено, що серед запропонованих суб'єктів соціальних відносин з якими

безпосередньо контактує пересічна особистість у межах п'ятибальної шкали ЗМІ отримали 2,55. Їх випереджує церква (2,99), волонтерські рухи (2,98) та армія (2,86). Дослідження показало, що телебачення розцінюється пересічними громадянами у першу чергу як джерело офіційної та достовірної інформації. Не дивлячись на те, що Internet все ще поступається телебаченню, його популярність зростає у регіонах, які мають постійний доступ до мережі. Так, у м. Києві, досліджуваних, які використовують мережеві ресурси для отримання інформації виявилось більше споживачів традиційних ЗМІ.

Основна перевага (а можливо і небезпека) Internet-засобів масової інформації – їх переважна неконтрольованість з боку держави та її правових інститутів. Якщо «традиційні» ЗМІ повинні бути офіційно зареєстрованими та мати ліцензію на проведення різного роду інформаційної діяльності: транслювати інформацію, публікувати її (оприлюднювати), займатися журналістською діяльністю тощо, то Internet дозволяє до мінімуму звести усі процедурні елементи реєстрації інформаційного ресурсу [92]. Якісні переваги цифрових Internet-ресурсів швидко призвичаїли користувачів до переважного використання їх у якості інформаційних ресурсів для вирішення різних життєвих завдань. До основних переваг інформаційних Internet-ресурсів можна віднести:

- легкість доступу до інформації;
- ресурсна доступність обладнання;
- можливість користуватися інформацією у зручний час (наприклад, вільно переглядати новини, не чекаючи визначеного часу на телебаченні);
- зберігання та вільний доступ до інформації різного роду семантичної складності (одна і та ж інформація представлена у різному вигляді, що дозволяє будь-якій категорії людей її споживати);
- можливість «інформаційного діалогу» з джерелом інформації (feed-back);
- здатність людини самостійно виступати у якості джерела інформації (наприклад створивши власний web-сайт, сторінку у соціальній мережі, залишаючи повідомлення на форумах, відвідуючи вебінари тощо).

У межах дипломних проектів студентів IV курсу спеціальності «Психологія», ми проаналізували соціально-психологічний склад осіб, які формують інформаційний контент у соціальних мережах. У дослідженні брали участь 370 студентів, які є активним користувачами цифрових соціальних мереж. За результатами попереднього опитування щоденно витрачають на перегляд інформації у мережі Facebook більше 30 хвилин та мають профіль створений не пізніше 2016 року (більше трьох років активного користування). Максимально дозволена кількість осіб зі статусом «друзі» у цифровій соціальній мережі Facebook складає 5000 осіб. За результатами дослідження було виявлено, що у середньому особи юнацького

віку мають 590 друзів (з крайніми значеннями 31 та 4897), що свідчить про те, що середній показник є досить відносним.

Нами було виокремлено чотири категорії осіб, які входять до числа «друзів» у соціальній мережі Facebook.

1. Активне контактне оточення. Люди з яким співпрацюємо, проживаємо, спілкуємося, навчаємося або просто ситуативно перетинаємося у реальному житті.

2. Пасивне контактне оточення. Люди з якими ми знайомі, або взаємодіяли у минулому, або які зараз не доступні нам у реальному житті, проте у нас є досвід спілкування та взаємодії з ними.

3. Віртуальне контактне оточення. Люди, з якими ми не перетиналися, проте вони нам відомі «заочно», ми маємо про них певне уявлення та ідентифікуємо інформацію з їх персоною.

4. Випадкове («сліпе») контактне оточення. Люди, яких ми не знаємо та нам важко згадати за яких обставин вони стали нашими віртуальними друзями.

Вибірка досліджуваних була поділена на три групи відповідно до кількості осіб, які перебувають у них у віртуальному статусі «друзі». Перша група до 500 осіб, друга – 500-2000 та третя – 2000-5000. Інструкція досліджуваних передбачала зазначення загальної кількості осіб у статусі «друзі» та їх диференціація відповідно чотирьох категорій, які ми зазначили вище. До першої групи досліджуваних увійшли 176 осіб, до другої – 123 та до третьої – 71. У досліджуваних першої групи 34% осіб, що знаходяться у статусі «друзі» є реальними людьми з якими досліджувані контактують у повсякденному житті, 42% – це пасивне контактне оточення, 19% – є віртуальним контактним оточенням та 5% – «сліпим» або «випадковим» (табл. 2.5). Досліджувані другої групи наступним чином диференціювали спільноту осіб зі статусом «друзі»: активне контактне оточення – 38%, пасивне контактне оточення – 34%, віртуальне контактне оточення – 26% та випадкове контактне оточення – 12%. У третій категорії осіб нами було зафіксовано, що першу категорію осіб складає 11%, другу – 18%, третю – 53% та четверту – 18%.

Аналізуючи результати другої групи досліджуваних, кількість яких є найбільшою серед досліджуваних ми можемо дійти висновку, що основна кількість осіб, які знаходиться у статусі «друзі» соціальної мережі Facebook, є віртуальним контактним оточенням. Це персоні, з якими досліджувані знайомі заочно, тобто їм не відомі реальні люди, які стоять за цифровими профілями соціальної мережі. Нами було помічено, що зі збільшенням кількості осіб зі статусом «друзі» у соціальній мережі збільшується кількість віртуального контактного оточення та зменшується частка реального (перша група). У другій групі (500-2000 осіб) зростає частка пасивного контактного оточення. У третій групі осіб кількість осіб, які належать до категорії випадкового «сліпого» контактного оточення домінує над кількістю осіб, які відносяться до реального.

Таблиця 2.5

Відсоткова диференціація осіб, що мають статус «друзі» у соціальній мережі Facebook

	Активне контактне оточення	Пасивне контактне оточення	Віртуальне контактне оточення	Випадкове («сліпе») контактне оточення
група до 500 осіб	34%	42%	19%	5%
500-2000 осіб	38%	34%	26%	12%
2000-5000 осіб	11%	18%	53%	18%

Основну масу інформаційного контенту, який пересічні люди споживають у цифровій соціальній мережі Facebook формує віртуальне контактне оточення, яке досить опосередковано пов'язане з користувачем соціальної мережі. До нього відносяться люди, які мають спільні зовнішні та внутрішні атрибути: расові, соціально-рольові, вікові, гендерні, мають спільне громадянство або ідеологічні переконання, спільну територію проживання. За рахунок використання віртуальної цифрової мережі контактне соціальне середовище розширюється, збільшується кількість осіб з якими ми вступаємо у процеси інформаційного обміну. У другій та третій групі досліджуваних кількість осіб з якими відбувається лише віртуальна взаємодія домінує над кількістю осіб, з якими ми спілкуємося та взаємодіємо у реальному та віртуальному середовищі.

У пересічних користувачів соціальних мереж існує розподіл контактного середовища на «offline» та «online». Вони можуть перетинатися, проте однозначно, що типові представники інформаційного суспільства контактують у цифровий спосіб переважно з особами, які не перебувають у безпосередньому контакті з ними (відсутня взаємодія у фізичному просторі), натомість вибудовується взаємодія, яка розгортається у віртуальному вимірі: схвалення, осуд, обговорення певної теми, «стрім» власного життєвого досвіду, включення в контекст життєвого досвіду інших. Використання віртуального середовища на початку виникнення інформаційного суспільства розглядалося як можливість покращення взаємодії осіб, як спосіб задоволення потреб, які не можуть повноцінно реалізуватися у фізичному середовищі. За результатами дослідження О.М. Шахматова та Е.Ю. Болтага (2011) було виявлено, що 12,5% осіб, які є активними користувачами соціальних мереж мають до 100 «друзів» у соціальних мережах; 45% мають більше 100 проте менше 200 «друзів» у соціальних мережах; 22,5% мають до 500 «друзів» та 22% мають більше 500 осіб у статусі «друзі» [363]. Ми можемо зафіксувати збільшення кількості осіб у статусі друзі, що свідчить про те, що вона збільшується за рахунок накопичення досвіду соціальної активності у мережі. Якщо 2011 року до числа «друзів» у соціальних мережах

відносяться «друзі та знайомі», далі «однокласники та одногрупники» на третьому місці були «колеги по роботі», то на 2018 рік у осіб, які мають у статусі «друзі» більше 500 осіб, більше половини це віртуальне та «сліпе» контактне оточення. Це свідчить про те, що соціальні контакти розширюються за рахунок не лише осіб, які включенні у повсякденні види активності (навчання, робота, дозвілля), але й ті, що мають інший, віртуальний статус взаємовідносин з користувачем.

О.А. Гуркіна та О.В. Мальцева виокремили наступні мотиви використання віртуальних соціальних мереж підлітками та особами дорослого віку (2013) (мотиви розташовані в порядку спадання їх властивості досліджуваним) [88]:

- це легкий спосіб завжди залишатися на зв'язку та спілкуватися з іншими людьми;
- можна швидко знайти потрібну інформацію;
- залишаючись в соціальних мережах можна бути постійно в курсі подій, які відбулися в житті друзів;
- в соціальних мережах простіше знайти людей за інтересами та однодумців;
- соціальні мережі – це місце, вільне від контролю дорослих;
- соціальні мережі дозволяють розслабитися після навчання (роботи);
- соціальні мережі дозволяють заповнити час під час навчання (роботи);
- це спосіб уникнути самотності;
- це модно;
- в соціальних мережах легше знайти компанію для (...);
- в соціальних мережах легше бути ким завгодно;
- в соціальних мережах простіше проявити свою індивідуальність;
- в соціальних мережах простіше спілкуватися з відомими людьми;
- в соціальних мережах легше стати популярним;
- в соціальних мережах простіше знайти партнера (партнерку);
- в соціальних мережах можна знайти рішення власних проблем.

Нами було проведено дослідження семантичної структури понять: телебачення, радіо, преса, публічні бібліотеки, web-ресурси, соціальні мережі, телефонні сервіси, пошта (e-mail), пошукові системи. Слова були підібрані таким чином з метою показати семантичну та смислову відмінність сприйняття різних засобів масової інформації. У смисловому наповненні криється психологічне сприйняття цих соціальних об'єктів та особливості налагодження взаємодії з ними. Аналіз асоціативного ряду та частоти їх вживання свідчить про диференційоване сприйняття традиційних ЗМІ та цифрових соціальних мереж (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Семантика сприйняття традиційних засобі масової інформації, Internet сервісів та цифрових соціальних мереж (у порядку частоти вживання)

Слово-стимул	Асоціативні категорії (найбільш вживані асоціації)
Соціальні мережі (віртуальні)	вільний час, друзі, спілкування, новини, втрата часу, коментування, музика, ігри
Телебачення	новини, реклама, серіали, відпочинок, події в країні, пропаганда, політика, кіно, брехня, спорт
Радіо	автомобіль, музика, реклама, жарти
Преса	газета, журнал, статті, новини, «жовта преса», брехня
Публічні бібліотеки	книги, тиша, спілкування, знання, інформація
Web-ресурси	сайти, блоги, розваги, ігри, музика, вільний час, магазин, втрата часу, брехня
Телефонні сервіси	розмови, музика, ігри, соціальні мережі, фотоапарат
Пошта (e-mail)	листи, повідомлення
Пошукові системи	Google, інформація, відповіді на питання, новини

У результаті аналізу семантичної структури слів-стимулів ми прийшли до висновку про те, що усі вони пов'язуються на рівні масової свідомості з трансляцією (транспортуванням) певної інформації. Телебачення, преса та Internet-ресурси (окрім цифрових соціальних мереж) сприймаються як джерела неправдивої інформації, натомість соціальні мережі не входять до їх числа. Слово-стимул «цифрові соціальні мережі» має позитивну конотацію, окрім атрибуту досліджуваними властивості «втрата часу»; слово-стимул «телебачення» має більшою мірою негативне семантичне забарвлення. У пересічних споживачів вище перерахованих інформаційних ресурсів склалося уявлення про те, що найбільше недовіряють традиційним ЗМІ та web-ресурсам, проте не виявляють недовіри соціальним мережам, пошуковим системам, які також є частиною віртуального середовища. Передбачувано,

що бібліотеки сприймаються позитивно як джерела об'єктивної інформації. У досліджуваних сформовані різні на свою дію установки щодо так званих традиційних ЗМІ та Internet-ресурсів. Мережеві засоби масової інформації сприймаються як ті, що мають більшу ступінь свободи у судженнях та незалежність від державної номенклатури.

За результатами проведеного нами дослідження, ми можемо зробити ряд висновків, які розкривають природу взаємодії особистості з іншими суб'єктами у віртуальному соціальному середовищі. **Соціальні мережі полегшили процес соціальної комунікації за рахунок створення єдиного соціокультурного простору для здійснення взаємодії.** Сучасна людина, або homo virtualis досить ефективно освоїла віртуальний світ та наповнила його елементами, які можуть не відповідати фізичному світу або мати інші властивості. Розширюється розуміння поняття «контактне середовище» під яким ми розуміємо усіх суб'єктів соціальної взаємодії у фізичній та віртуальній площині. Кількість «віртуальних суб'єктів» соціальної взаємодії збільшується на фоні глобалізації взаємовідносин особистості та суспільства загалом, тому картина світу є відображенням як індивідуального перцептивного досвіду людини, так і досвіду інших, який транслюється у соціальних мережах та певним чином відображається у межах масової свідомості. У таких умовах ставлення або уявлення про більшість об'єктів соціального пізнання – є результатом обробки інформаційного контенту який не опирається на факти нашого індивідуального сприйняття.

За один сеанс відвідування соціальної мережі Facebook (30-60 хв.) досліджувані споживають приблизно 25-60 окремих блоків інформації. Основними прийомами аналізу інформації у соціальних мережах є: 1) аналіз текстових заголовків; 2) аналіз текстових заголовків та візуального зображення, яке супроводжує інформаційний контент; 3) вибіркового аналізу тексту, заголовків та зображень; 4) повний аналіз тексту та зображень. Прийоми аналізу інформаційного контенту були виокремлені нами у ході аналізу відповідей учасників дослідження. У процесі споживання інформації досліджувані найчастіше використовують метод аналізу заголовків та супроводжуючих зображень (рис.2.9.). Цей прийом використовується у 43% аналізу інформаційного контенту соціальної мережі Facebook. На другому місці за частотою вживання є вибіркового аналізу тексту, заголовків та зображення – 33%.

Дослідження показало, що так звані «лонгріди» (від long read – багато читати) не користуються популярністю та не сприймаються молоддю. Для того, щоб сформулювати певне ставлення про об'єкт на основі інформаційного опису достатньо короткого тексту та візуального підкріплення у вигляді фото чи іншого зображення. Обробляючи 25-60 інформаційних блоків за один сеанс користування соціальною мережею досліджувані, з метою економії часу та ресурсів, вдаються до спрощеного методу обробки інформації. Після аналізу заголовку та супроводжуючого графічного зображення, досліджувані формують певне уявлення про те, що має бути у змісті основного текстового

блоку, на основі загально прийнятого ставлення до об'єкту опису в інформаційному середовищі «ми». Таким чином, споживачі інформації можуть піддатися впливу ще одного когнітивного упередження, яке полягає в атрибуції загально прийнятого та соціально-схвалюваного ставлення до інформаційного контенту, який споживається через доступні канали інформації. У 18% випадків досліджувані вдаються до повного аналізу тексту та у 6% випадків аналізується лише заголовок інформаційного повідомлення.

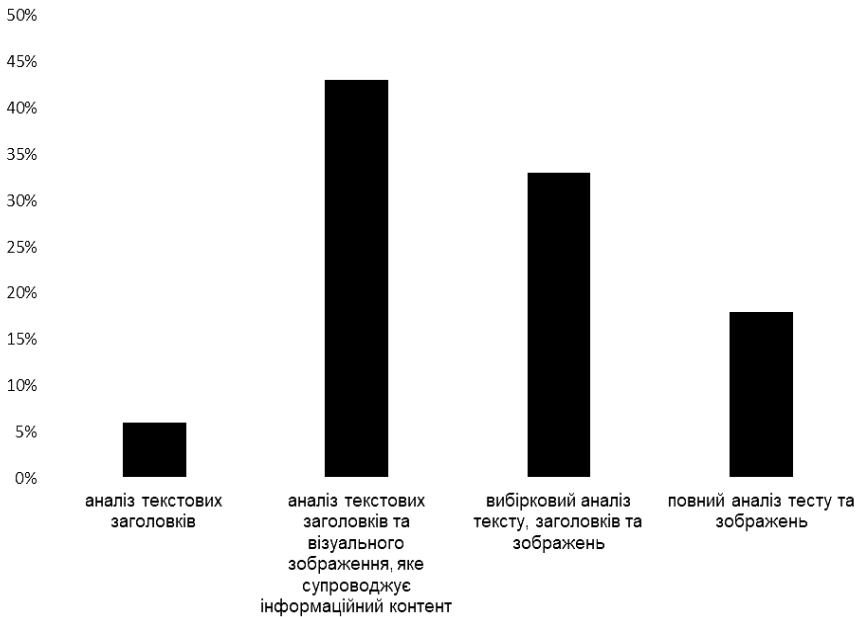


Рис. 2.9. Основні прийоми аналізу інформації у цифрових соціальних мережах

Повний аналіз тексту та графічних зображень, які доповнюють текстове повідомлення, використовують у випадку, якщо²⁵:

- інформаційне повідомлення має сильне емоційне забарвлення, особливо негативне (вбивства, ДТП, зґвалтування, шахрайство), особливо у випадках, коли присутні фото з місця події;
- повідомлення, яке стосується досліджуваних або фізичного контактного оточення (інформація, яка важлива для особистого благополуччя людини: тарифи ЖКХ, оплата праці, події, які пов'язані з місцем роботи чи навчання, новини, які пов'язані з близькими людьми, родичами);

²⁵ На основі результатів опитування фокус-групи з 25 осіб, які брали участь у дослідженні

- повідомлення має незавершену назву або містить певну провокацію (наприклад: «Шок! Лікарі давно приховували цей метод схуднення», «Війна на сході України невдовзі закінчиться», «Сьогодні з ранку помер Володимир Путін», «Metallica планує приїхати до Києва » тощо);
- інформація пов'язана з регіоном проживання досліджуваних.

У межах проведеного нами дослідження було виявлено, що уявлення про зміст інформаційного блоку формується на основі, короткого аналізу тексту, який інтерпретується (розуміється) досліджуваними відповідно до загального уявлення про подію чи явище, яке описується у повідомленні. Пересічні споживачі інформації не вдаються до детального аналізу текстового повідомлення, якщо за один сеанс вони обробляють не один інформаційний блок.

За результатами дослідження А.Е. Войскунського віртуальна інформаційна мережа є платформою для колективного цифрового самоконструювання особистості [62]. Вона містить елементи, які створюють можливість для активного соціального включення окремих категорій осіб: чат, конструктор профілю у соціальній мережі, можливість робити фото та відео включення (stream). Основною віковою категорією осіб, які більш-менш постійно включені у інформаційну мережу, є діти та підлітки (особливо, ті, що мають проблеми з налагодженням комунікації). Основними темами, які активно обговорюються юнаками та підлітками є: новини в країні та регіоні – 13,4%, навколишнє середовище – 6%, соціальні стосунки (дружба, кохання, родина) – 9,7%, мода – 5,2%, спорт – 7,5%, мистецтво (обговорення книг, фільмів) – 3,2%.

За результатами репрезентативного опитування, що проводилося у мережі Internet компанією Gemius²⁶ у 2014 році в Україні налічується 18,8 мільйонів користувачів сервісами мережі Internet (приблизно 44% від загальної кількості жителів України) [19]. З них 87,4% – користуються ними щодня, ще 11% – один раз в неділю. Більша половина – це особи підліткового, юнацького та раннього дорослого віку. За рівнем доходу на одного члена родини 23,1% – це користувачі, які мають місячний дохід до 3000 гривень (330\$), 17,7% – мають дохід до 1000 грн. (120\$). Спостерігається залежність між рівнем достатку та активністю користування Internet: лише 7% користувачів мають дохід більше 500\$, активні користувачі мають дохід нижче середнього. Лише кожен п'ятий користувач – житель сільської місцевості, 35,7% користувачів – жителі міст понад 500 тис. населення, 21,1% – міст від 100 тис. до 500 тис.; 24,2% – це жителі невеликих міст та селищ міського типу. Щодо зміни вподобань у користуванні соціальними мережами, спеціалістами Gemius було зафіксовано, що у зв'язку з обмеженням у користуванні російськими соціальними мережами «ВКонтакте» (vk.com) та «Однокласники» (odnoklassniki.ua), які у 2014 році

²⁶ Gemius – міжнародна компанія, яка займається аналітикою ринку Internet-індустрії, дослідженнями соціологічного портрету Internet-користувачів.

займали лідируючі позиції на перше місце виступає американська соціальна мережа «Facebook». Її реальними користувачами є 11,4 млн. осіб, що становить більше 60% усіх користувачів Internet. Кожен відвідувач у середньому проводить 2,5 год. на місяць у ній, а середня тривалість сеансу користування становить 8 хвилин [394].

Віртуальні соціальні мережі стали платформою для конструювання реальності, яка не відповідає фізичному світу, проте її сприймають як ту, що має місце та реально існує. У грудні 2017-лютому 2018 року менеджер спецпроектів AIN.UA О. Ліник (Alexander Linnyk) розмістив на своїй сторінці у Facebook фейкові новини про нібито публічно невизнані досягнення звичайних школярів на учнівських олімпіадах та просив про максимальне поширення інформації серед спільнот та користувачів [196]. Перша новина стосувалася перемоги в олімпіаді з фізики російського школяра Іл'ї Кочергіна, про якого не розповіло жодне російське ЗМІ, хоча він виборов перемогу серед суперників з 90 країн світу. Українська спільнота жваво почала розповсюджувати новину у перші дні опублікування, проте зважаючи на атрибут «російський» активність знизилася, кількість поширень новини зупинилася на позначці 115 тисяч. Наступним героєм соціального експерименту О. Лінника став український школяр Антон Ципко, який нібито переміг на олімпіаді з інформатики у Тегерані, обійшовши 304 учасники з 84 країн світу. Український школяр отримав більшу популярність, порівняно зі своїм «російським» колегою. До поширення цієї новини долучилися регіональні офіційні інформаційні ресурси і публічні особи. Так офіційне інтернет-видання «В Дніпрі» закликала до масової публічної підтримки хлопця. Фото Антона з українським прапором та написаний українською мовою текст повідомлення не залишав жодного сумніву у правдивості інформації, що у результаті дало 135 тис. поширень (якщо брати до уваги кількісне представлення української спільноти у мережі Facebook, то ця цифра вказує на те, що приблизно 1,2% українців не просто повірили в новину, але й стали активними носіями спотвореної картини світу). Третім героєм експерименту (у даному випадку ми не можемо їх назвати персонами, оскільки, незважаючи на реальне існування персон з такими іменами та прізвищами, їм приписувалися досягнення, які не були властивими для них) став сам автор дослідження, який за легендою став переможцем всесвітнього конкурсу мемів та переміг 10800 учасників з 9000 країн світу. Автор констатує, що відверте спотворення дійсності призвело до появи суб'єктів, які активно критикували допис, проте до офіційного викриття інформаційної інспірації, яка відбулася у березні 2018 року, Олександр отримав 18 тис. поширень. **У такий спосіб автор показав, що соціальні мережі поки що не мають інструментів для боротьби з фейковими новинами, не мають можливостей для перевірки інформації (fact checking) і тому можуть використовуватися з метою спотворення картини світу та маніпуляції масовою свідомістю.**

Цифрове віртуальне середовище є результатом технологічної та культурної еволюції особистості, площиною для спільної життєтворчості та культурного самоконструювання. Для пересічних громадян межа між фізичним та віртуальним світом настільки тонка та інколи не диференційована, що у процесі здійснення актів соціальної життєдіяльності відбувається екстраполяція фактів, закономірностей, зв'язків цифрового світу та фізичного, причому для пересічних членів інформаційного суспільства концепція світобудови першого домінує над останньою. Сприйняття цифрового світу та відображення його на рівні індивідуальної свідомості відбувається на основі вихоплювання з безкінечного інформаційного потоку суспільно-важливих змістових блоків, які на основі спільних моделей сприймання, організовуються у єдину суспільну картину світу.

**СТРАТЕГІЇ ОСОБИСТІСНОГО
СВІТОСПРИЙНЯТТЯ.
ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА
В УМОВАХ СВІТОВОЇ
ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Стратегії пізнання світу: науково-методологічний експурс у проблему. Дослідження стратегіальних особливостей взаємодії особистості з цифровим інформаційним простором

Поступальний розвиток та глобалізаційні процеси у суспільстві змушують працівника постійно адаптуватися до умов навколишнього середовища. З причин, які криються у НТП та соціально-політичних змінах світового середовища, людина повинна бути готовою до еволюції у межах одного покоління. У стрімкий революційний процес зміни соціальної кон'юнктури ринку цифрових інформаційних технологій не вписувалася поступальність культурної та соціальної коеволюції. Зміни одного вимагали – мутацію (або якщо говорити мовою антропогенезу – революції) іншого. Здатність змінюватися та протидіяти впливу зовнішніх подразників вказує на специфічну здатність системи до розвитку, пристосування до умов оточуючого середовища. Згідно поглядів Г. Сельє, адаптивність будь-якої системи позначається її здатністю вибірково реагувати на стимули середовища, здатністю до вибору подразника, який є максимально корисним для системи [282]. Адаптація як на клітинному, так і на рівні соціальних систем, полягає у здатності взаємоузгоджувати впливи зовнішнього середовища з внутрішньою структурою, а не пристосовуватися до нього в односторонньому порядку. Адаптація до зовнішнього середовища передбачає можливість суб'єкта, який до нього адаптується, обирати з численної маси подразників (ресурсів, можливостей) ті, що мають певну користь та необхідні для подальшого існування організму. В еволюційному плані системогенезу, адаптивні функції розвивалися в умовах нестійкого функціонування системи, недостатності ресурсів²⁷. У роботах основоположника еволюційної теорії Ч. Дарвіна «Походження видів шляхом природного добору», «Походження людини і статевий добір», адаптація є властивістю, яка забезпечує існування виду у змінених умовах (середовищі, яке має здатність до змін). Таким чином, більший діапазон до пристосування мають види, які не живуть у «ідеально комфортних умовах», а вступають у постійну боротьбу з зовнішнім середовищем [354]. У той же час Е. Дарвін (дід Ч. Дарвіна) виступав за те, що адаптивні функції притаманні будь-якій живій істоті, як «життєвий дух», що неодмінно змінює кожне наступне покоління виду, робить його якісно кращим, досконалішим [337].

Суть людського (суто людського) пристосування до умов зовнішнього середовища полягає у тому, що і середовище, і суб'єкт адаптації перебувають у відносно нестійких умовах – умовах постійного розвитку. Якщо фізичне

²⁷ Нестійкість середовища зумовила еволюційний розвиток живих організмів, адаптивні функції полягали у здатності системи до «відтворення» та «оновлення», які закладені у структуру ДНК та РНК. Чим менше середовище є комфортним для організму, тим більш сприятливим воно є для розвитку. Можливості адаптації та розвитку обмежені спроможністю системи змінюватися відносно умов середовища (Е. Дарвін «Зоомія», 1794) [337].

середовище умовно може бути статичним, то соціальне вимагає неодноразової адаптації в межах покоління. Тварини пристосовуються до умов навколишнього середовища за допомогою біологічної організації, людська адаптація досягається за допомогою родово-специфічної організації, а саме – культури та основного механізму її створення – творчості (С.В. Лур'є) [202]. Творчість є видом людської активності, який дозволяє не лише вибірково реагувати на сигнали середовища, але й перероблювати їх, взаємоузгоджувати з власними особливостями. В.О. Моляко розглядає творчу діяльність як таку, «що виражає вищий ступінь розвитку, підготовленості до конкретних видів діяльності та до життя загалом, до зміни стилів поведінки, до пошуку виходів із кризових ситуацій, до найбільш конструктивного раціонального прийняття рішення у складних та екстремальних умовах» [223, с. 20]. У межах творчої конструктології вона розглядається як спосіб активного пристосування до середовища. Розмежування пасивної та активної адаптації, та значення у цьому процесі механізмів творчої діяльності досліджуються О.Л. Музикою у межах суб'єктно-ціннісного аналізу. «У психології прийнято поділяти активність людини на творчу та адаптивну. Такий поділ робиться на основі перенесення еволюційних закономірностей на соціальні та особистісні процеси. Відтак, адаптивна і творча дія не протиставляються, а об'єднуються як різні поведінкові стратегії, кожна з яких забезпечує еволюційно доцільну, ефективну поведінку. Світ – середовище (природне і соціальне), в якому живе людина, – має водночас і стійкі і мінливі компоненти. Цей поділ визначає дві адаптаційні стратегії і, відповідно, два типи особистості – консервативний і творчий» [231, с. 32]. Тому еволюційно доцільний тип «творчої особистості», який у більшості соціальних ситуацій руйнує ніж створює, зберігається суспільством з огляду на те, що у ситуаціях соціальних змін та невизначеності має більшу пристосованість до середовища, оскільки має іманентну здатність створювати зв'язки у тих випадках, де вони не існували до того. Пасивний спосіб пізнання світу та життєдіяльності можливий лише у ситуаціях стабільності розвитку, що у соціальному аспекті забезпечується державними інститутами. З метою забезпечення стабільності функціонування системи їх діяльність полягає у створенні однозначного та стійкого сприйняття оточуючого світу, що можливо лише в умовах однорідного, пасивного сприйняття інформації. Для збереження функціонування соціальної системи необхідно досягти максимальної групової однозначності у сприйнятті об'єктів соціальної реальності, проте, це консервує суспільні відносини та унеможливує розвиток як такий. «Обдарованість як системне утворення особистості є координатором, регулятором, стимулятором творчої діяльності, сприяє знаходженню таких рішень, які дають можливість людині краще пристосовуватися до оточуючого світу, оточення, інших людей та до самого себе. Обдарованість – це свого роду міра генетичної та досвідно закладеної можливості людини адаптуватися до життя» [218, с.87]. Розроблена О.М. Подьяковим концепція

детермінації дослідницької поведінки в умовах високої новизни складається з трьох основних рівнів. Перший з них відображає здатність особистості фіксувати об'єктивні, константні властивості предмета (суб'єкта) пізнання, явища. Здатність фіксувати певні закономірності у розвитку явища. Другий рівень детермінації світосприйняття – це система мікро та макро умов соціального середовища, що можуть сприяти або перешкоджати отриманню нового досвіду а також формують певний вектор сприйняття дійсності: на основі штучного суспільного поціновування або знецінення об'єктів соціального середовища. Третій рівень детермінації – це внутрішні активність особистості, яка опосередкована її внутрішніми інтересами, цінностями, мотивами. В умовах інформаційного суспільства пізнання світу детермінується соціальним середовищем зовні, яке на рівні державної організації розставляє пріоритети пізнання, формує певні контекстуальні підвалини взаємодії зі світом, ціннісні уподобання колективного характеру та систему мотивації. Вирватися з цього полону соціальної детермінації досить важко для пересічної людини, тому пізнання світу, незважаючи на видиму соціальну суб'єктивацію цього процесу, стає дедалі пасивнішим, не вимагає активного пізнання у широкому розумінні цього процесу а тільки прийняття істинності фактів, що підпорядковані загальноприйнятим моделям сприймання [253]. Пізнання світу стає дедалі складнішим оскільки його межі збільшуються до глобальних масштабів. В.С. Бакіров у свої роботах піднімає проблему індивідуальної свободи в умовах постіндустріального суспільства. Свобода вибору та суб'єктна ініціація процесу пізнання є нічим іншим, як ілюзією, яка підтримує внутрішнє відчуття свободи людини. Те, на що звертає увагу пересічна людина, які висновки вона робить на основі сприйнятих фактів та яке ставлення у неї виникає до об'єктів соціального пізнання – є результатом зовнішньої маніпуляції суспільства, яке зацікавлене у стійкості та однорідності уявлень більшості про світ та його будову [22]. У сучасному інформаційному суспільстві з огляду на необхідності постійно перероблювати значні масиви інформації зникає культура заперечення фактів, перевірки їх істинності. Мислення людини відбувається в умовах готових інтерпретацій подій та явищ з позиції «ми» через що знижується можливість сприймати оточуючий світ з позиції «я» та суперечити колективній парадигмі сприйняття світу. В сучасному інформаційному суспільстві культивується культура сприйняття світу з позиції «ми», яка визначає специфічне стратегіальне налаштування особистості відносно інформаційного контенту. Творча варіативність дозволяється у невеликому діапазоні можливих відхилень переробки інформації: у результаті «пасивні» та «активні» способи сприйняття світу мають прийти до однакового результату. У роботі «Соціальне конструювання реальності» (вид 1995) П. Бергера та Т. Лукмана вперше було порушено проблему інтерналізації соціального пізнання та розкрито змістово-процесуальні механізми конструювання картини світу на основі тих ролей, які виконує індивід [35]. Індивідуальні змістовні компоненти картини світу завжди опосередковані

рамками ролей, межами допустимого та недопустимого у спільній картині світу «ми», ставленням до нього з точки зору опозиції «вони». Це досягається через доступ до системи спільної практики, яка як в сучасному так і в історичному контексті, формує певне ставлення до світу, знання про нього відповідно до певного історичного та суспільного досвіду взаємодії (К. Джерджен) [94]. На сучасному етапі функціонування суспільства, на думку А.Г. Асмолова, відбувається поступовий відхід особистісного світосприйняття від сенсорної об'єктивації до суспільного узагальнення та схвалення. Цінності речам, подіям, фактам, закономірностям та іншим елементам колективної та індивідуальної картини світу задають не досвід практичної діяльності індивіда чи групи, а колективна ідеологія, яка налаштовує на пізнання світу у певному ціннісно-мотиваційному руслі (А.Г. Асмолов «Культурно-історична психологія та конструювання світів») [16]. Тому у межах одного фізичного простору можливе існування різноманітних за семантичною організацією моделей його відображення на рівні індивідуальної свідомості. Природа людського світосприйняття завжди тяжіє до константності та однорідності аналізу типових за своїм змістом ситуацій, що зумовлює певну внутрішню пізнавальну ригідність у пересічних споживачів відносно нового досвіду. Пересічна людина оцінює новий досвід відносно попереднього, намагається пристосувати його до тих інструментів пізнання, які зазвичай використовує у повсякденному житті. Одним зі способів організації особистісного світосприйняття є формування індивідуального когнітивного стилю як способу унормування того досвіду, який людина отримує у щоденному житті. На думку І.П. Шкурпатової когнітивний стиль виконує наступні функції [370]:

- адаптивну, яка полягає у пристосуванні особистості до умов середовища та пристосуванні середовища до потреб людини;
- компенсаторну, яка полягає у здатності налаштовувати процес пізнання світу з урахуванням власних сильних та слабких сторін;
- системоформуючу як здатність цілісного пізнання світу та конструювання на її основі функціональної картини світу;
- самовираження як здатності особистості виражати свою унікальність.

Когнітивний стиль є індивідуальним інструментом пізнання світу людиною, він відображає усталені способи життєдіяльності особистості та взаємодії з іншими суб'єктами соціальних відносин. Поняття стратегії стосується соціальної кон'юнктури пізнання оточуючої дійсності, у нашому розумінні більш широким, оскільки умови розвитку особистості, підпорядковані спільній системі цінностей «Ми» та домінують над індивідуальними цінностями і соціальними установками «Я». Міра когнітивного потенціалу людини, ступеню «широти» чи «обмеженості» світу залежить від того у межах якої культури вона розвивалася, а отже напряду пов'язана з ресурсами соціального середовища і опосередковано – з потенціалом людини (Дж. Мід) [10]. Стратегія пізнання світу, у межах концепції творчого світосприйняття в В.О. Моляко, виконує функцію

внутрішнього фільтра, який перетворює об'єкти зовнішньої реальності у внутрішні образи. «Усі зовнішні (а при самосприйнятті – і внутрішні) об'єкти, ознаки, деталі, системи тощо сприймаються через конкретні фільтри «знання» (суспільного знання – авт.) і на практиці автоматично розкодуються (тут ми не говоримо про адекватність та ступінь розкодування), опираючись на стратегіальну організацію творчої системи психіки» [216, с.7]. Творчість розглядається не як вищий ступінь активності людини, а як дуже необхідний адаптивний механізм в умовах сьогодення. Однією з ознак творчо-обдарованої особистості (та відмінністю від пересічних людей) є можливість до стратегіальної організації діяльності, а не тактичного розв'язання окремих завдань. У сучасних умовах «потоковості» інформаційного простору та свідомості, яка реагує на зміни інформаційного простору, певним чином регулює поведінку особи чи соціальної групи, неможливо обійтися без стратегіальної організації взаємодії зі світом. Оскільки здатність до творчої діяльності (хоча за В.О. Моляко ця здатність притаманна будь-якому суб'єкту соціальних відносин²⁸) властива не усім членам глобального чи більш-менш культурно чи територіально відокремленого культурного середовища, функцію «стратегіального організатора» світосприйняття виконує суспільне середовище в особі «знеособленого ми». Лише люди з достатнім творчим потенціалом та статусною позицією, яка вибудовується на основі реальних досягнень особистості, можуть пропонувати у кожній окремій ситуації пізнання світу власну стратегію, в інших випадках і, що характерно для більшості, ця стратегія є наперед визначеною в кожній окремій ситуації пізнання, де індивід змушений діяти відносно тієї ролі, яку він виконує та яку йому нав'язує суспільство. М.Л. Смұльсон вважає, що «уміння сприймати, обробляти, фільтрувати, засвоювати і використовувати інформацію різної модальності, перетворювати її на знання і далі – на засоби розв'язування задач (професійних, особистісних та ін.) є надзвичайно важливим інтелектуальним умінням сучасної людини. Для цього потрібні адекватні розуміння та інтерпретація (в тому числі контекстів, неявних смислів, помилок), розвинені мова і мовлення, пам'ять й увага» [290, с. 39].

Як показують результати досліджень В.М. Чернобровкіна, С.М. Симоненко, Л.Г. Черної, виконаних у межах наукової школи В.О. Моляко, пересічні люди не схильні до стратегіальної лабільності та у більшості ситуацій професійного чи соціально-побутового характеру використовують перевірені суспільною та індивідуальною практикою способи вирішення завдань [303]. Стабільність та розміреність життєдіяльності суб'єкта соціальних відносин залежить від того наскільки ефективно виявиться стратегія у кожній окремій ситуації. У дослідженнях В.О. Моляко кожна окрема стратегія та тактика у процесі вирішення виробничого завдання конструктором призводить до абсолютно іншого

²⁸ Здатність до поетичної творчості та поетичного світосприйняття розглядається як іманентна властивість особистості [217]

результату, кінцевого продукту, який може мати суспільну користь (чи індивідуальну), а може і призвести до непередбачуваних, катастрофічних наслідків [311]. Стратегія світосприйняття має взаємоузгоджуватися з рольовою позицією реципієнта і комунікатора та з метою уніфікації суспільного бачення подій, які мають суспільне значення (стосуються кожного, або мають стосуватися) має бути спільною для усіх пересічних членів спільноти. Через засоби масової культури, які популяризують суспільно-прийняті моделі сприймання, відбувається процес колективної обробки інформації та вираження колективного ставлення до неї (рис. 3.1.).

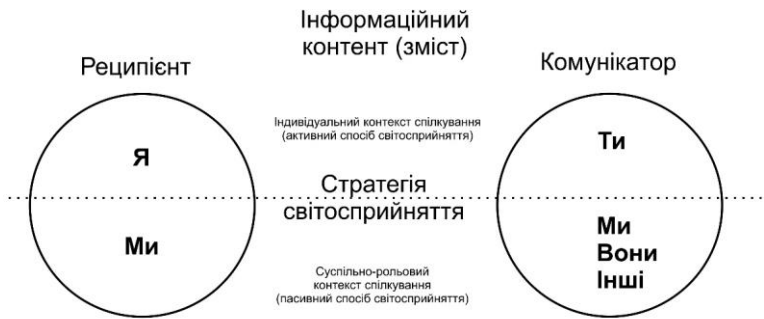


Рис. 3.1. Рольовий та індивідуальний контекст інформаційної діяльності особистості

Відбувається підміна результатів (якщо такі існують) індивідуальної мисленнєвої діяльності на результати колективної, які є, по-перше, суспільно схваленими, по-друге не вимагають від людини залучення додаткових психічних ресурсів для якісного аналізу контенту (Г.Г. Почепцов) [264]. Держава (суспільство) відіграє роль колективного інтерпретатора реальності – виконує функцію аналізу та переробки знань, фактів, подій, вчинків тощо. У її межах індивідуальна творчість підмінюється колективною, єдине, що може зробити пересічний суб'єкт соціальних відносин у цьому випадку – прийняти колективного пояснення дійсності на рівні власної картини світу (найбільш пасивний, проте безпечний спосіб життєдіяльності) чи вступати у полеміку з середовищем, провокуючи певні санкції відносно власної персони. Яким би демократичним не було суспільство, і як би воно ліберально не ставилося до проявів індивідуального бачення оточуючого світу, «інакомислення» завжди провокувало суспільну агресію та персональні санкції. Якщо суб'єкт соціальних відносин функціонує в певному соціально-культурному осередку, користується його благами, використовує його ресурси – він мусить коритися його правилам, приймати колективну точку зору, загальне бачення, в інших випадках суспільство буде розглядати такого члена у якості «вірусу», який може знищити систему (Г. Хакен) [346].

Індивідуальний контекст світосприйняття можливий лише в умовах інформаційної взаємодії на рівні «я-ти», який позбавлений контекстуальних викривлень об'єктивного змісту. Відмова особистості використовувати рольові моделі сприйняття є небезпечною для суспільства у масовому варіанті використання – вона однозначно призведе до різнорідно сприйняття та виникнення на фоні цього проблем соціальної комунікації, інтеракції та перцепції. З іншого боку, з метою збереження потенціалу розвитку культури, суспільство допускає певний відсоток «інакомислячих». Творчо обдаровані люди позбавлені тягара «масовості» у сприйнятті реальності та здатні до індивідуального аналізу змісту інформації. Для пересічних людей властивим є орієнтація на суспільні «маяки» сприйняття. Т.М. Титаренко вважає, що орієнтація на суспільний досвід та знеособлення індивідуального світосприйняття стабілізує життя людини, робить його психологічно комфортнішим та стабільнішим. «Буденність – це засіб стабілізації психологічного простору... Людина постійно відчуває в собі потребу у буденності, коли архіває, систематизує, узагальнює набутий досвід, передає знання, уміння, навички наступному поколінню, коли спирається у власному розвитку на вже досягнуте, опановує набуте» [316]. Взаємодія людини та середовища відбувається у двох вимірах: індивідуальному та соціальному. Індивідуальний рівень за Х. Ортегою-і-Гассетом є унікальним, суб'єктивним, діяльність у його межах передбачає відповідальність за свої вчинки. Соціальний рівень «складається з дій, які індивід свідомо виконує, не маючи відносних ідеалів, ні бажань, але які нав'язані йому людським оточенням, колективом чи суспільством, у яке ми занурені. У них індивід поводить себе не творчо, а навпаки як автомат.» [цит. за 279]. Ці положення Х. Ортегі-і-Гассета близькі до концепції М. Хайдегера «das Man» у межах якої людина виступає в якості соціального механізму, мислить та діє знеособлено, згідно того, що робить та думає більшість. «Невизначене-особисте» здійснює свою диктатуру над людиною, щоб зняти з неї особисту відповідальність і взяти на себе увесь тягар людського існування. Воно гарантує людині спокій, безпеку, впевненість, в обмін на втрату їм власної індивідуальності, тобто відмови від самого себе [345]. Пізнання світу з точки зору «ми» є більш комфортним та безпечним оскільки відбувається у допустимих рамках інтерпретації дійсності, регуляції власної активності відповідальність за результати якої покладено на суспільну консолідацію «ми». Пасивний спосіб світосприйняття на рівні масової свідомості є еволюційно-доцільною формою взаємодії зі світом, способом унормування індивідуальної структури картини світу. Пасивність світосприйняття є підвалиною формування громадського ставлення до оточуючої дійсності (громадської думки) як одновекторного спільного уявлення про об'єкти та елементи оточуючого середовища, його властивості та місця суб'єкта соціальних відносин у цій системі. На нашу думку, громадська думка – це ідея, яку підтримує громада або до якої вона ставиться більш-менш прихильно чи у крайньому випадку – індиферентно, ніж продукт мислительної діяльності колективного суб'єкта

соціальних відносин. Шлях вичікування, поки з загального «людського галасу» викристалізується більш-менш зрозуміла ідея, наповнена реалістичним змістом (конкретним планом досягнення загальнолюдського блага), тривалий (в знаки дається дія феномену соціальної поляризації). Як правило, в процесі групової дискусії завжди знайдуться ті, хто буде виступати у якості групового антагоніста, а тому, у деяких випадках, до деяких речей у суспільстві існують дихотомічні ставлення, які не лише диференціюють населення за окремою ознакою, а й стають причиною групової конфронтації. Для того, щоб міжгрупова конфронтація не відбувалася у межах міжгрупового об'єднання «ми», соціальна поляризація виносить за її межі та відбувається у системі «ми-вони». **Для продуктивного розвитку та суспільного прогресу вкрай необхідно є біполярна система стосунків, яка консолідує людей проти когось.**

Згідно ідей Б.Ф. Поршнева, групова консолідація починається з утворення опозиції деякого «ми» у якості прибічників різномірних ідей, поглядів, територіальної та культурної спільноти, деякому «вони», яке є протилежним полюсом біполярної площини явища [259]. Розвиток породжує єдність та боротьбу протилежностей, а тому якісний прогресивний поступ вперед, як свідчить історія, можливий в умовах протиставлення «соціалізму – капіталізму», «католиків – протестантам», «півночі Сполучених штатів – півдню», «республіканців – демократам» тощо. **Єдність людей «від чогось» завжди є на порядок організованішою ніж об'єднання «в ім'я чогось».** Громадська думка формується як реакція «схвалення» чи «осуду» тієї інформації, яка була публічно поширена. Іноді у полі громадської думки обговорюються питання, які у межах індивідуальної життєвої площини, не стосуються особистого блага окремо взятого її члена. Це підтверджує тезу про те, що народжується вона не у лоні колективного свідомого, а у процесі розумової діяльності окремої людини чи обмеженого кола людей, які формують зміст колективного пізнання. Суспільна думка – це усереднена та схвалювана точка зору усіх її членів на будь-яку проблему. Поняття, у сучасному його розумінні, вперше використано наприкінці XIX ст. у роботі французького соціолога Ж.-Г. Тарда «Суспільна думка та натовп» [309]. Громадськість розглядається ним як сукупність людей, що споживають одну і ту ж інформацію та виробляють, у більшості випадків, подібну думку та оцінку – ставлення громади чи групи людей, засноване на прийнятті (чи запереченні) певної інформації, яка сприймається та розуміється її учасниками однаковим чином.

Стратегія світосприйняття визначає базове налаштування особистості на аналіз і обробку інформації та реалізується у подальшому в конкретних когнітивно-поведінкових тактиках. Опираючись на методологію наукової школи В.О. Моляко, ми визначили – поняття стратегії описує не лише здатність прогнозувати, планувати та організовувати діяльність. Воно, скоріше, стосується готовності до неї (діяти, мислити, перетворювати [37; 120; 160; 184; 213]); наявності у суб'єкта діяльності особистісних ресурсів

(умінь, здібностей, таланту) до її здійснення. «Стратегія відповідно відображатиме соціальні диспозиції, професійні якості та ситуаційні вміння особистості як прояви під час аналізу проблеми, постановки задачі, пошуку проекту (формування задуму), перевірки проекту та прийняття рішення про його відповідність вихідним вимогам, приписам і т.п. Варто нагадати, потенційно стратегія – це генетично, навчально-професійно та ситуаційно визначена готовність до здійснення пошукових дій і тих дій, що втілюються, а в «екстер'єрному» плані – це вже самі конкретні дії (креслення, картини, ноти, деталі механізмів, словесні конструкції і т.д.).» [222, с.13]

За визначенням К.О. Абульханової-Славської «стратегія життя у широкому її розумінні – це принципова, реалізована у різних життєвих умовах, обставинах, здатність особистості до синтезу своєї індивідуальності з умовами життя» [3, с.245]. У лоні інформаційної культури як продукту глобальної активності особистість змушена здійснювати постійне орієнтування в інформаційному контенті, який продукується цією культурою та її носіями. В умовах динамічної ідентифікації виникає необхідність постійного пошуку того інформаційного простору, який відповідає базовим уявленням про світ колективної більшості «ми». **Стратегія світосприйняття (взаємодії з інформаційним змістом) – це налаштування особистості щодо інформаційного контенту, який залежить від того, яку рольову позицію займають реципієнт та комунікатор у межах конкретного часово-просторового континууму.** Оскільки динамічними є не лише умови зовнішнього середовища: соціокультурні, політичні, економіко-технологічні, а й бачення суб'єкта соціальних відносин свого місця і ролі у соціальній системі, ставлення до інформації постійно змінюється, що проявляється у використанні специфічних стратегій їх інтеграції у картину світу. Стратегіальна готовність до взаємодії з інформаційним простором формується у процесі соціалізації особистості та включення її у систему інформаційних зв'язків того територіально-культурного осередку з яким вона себе ідентифікує у певний момент часу. Перед тим як «пускати знання» у персональну картину світу особистість здійснює орієнтування у тому, кому належать ці знання та в яких стосунках знаходиться групове об'єднання «ми» та індивідуальне «я» з цим суб'єктом.

Нами було виокремлено чотири основні стратегії взаємодії особистості з іншими суб'єктами соціальних відносин в основі яких лежать особливості рольової позиції реципієнта та комунікатора²⁹:

- **стратегія сегрегації** – передбачає повне дистанціювання суб'єкта від інформації, заперечення існування факту, пошуках альтернативного бачення події, явища (як правило загальноприйнятого). Вона проявляється у рольовій системі стосунків, де адресат повідомлення знаходиться у системі відносин «вони», які сприймаються в якості ворога.

²⁹ Теоретичне обґрунтування викладено у першому розділі

- **стратегія ексклюзії** – передбачає знецінення повідомлення та винесення його за межі життєвого контексту «ми»; явища та події, з якими пов'язаний інформаційний зміст не знаходять належної підтримки серед представників територіального об'єднання «ми».
- **стратегія інтеграції** – це включення інформаційного контенту «вони» до картини світу «ми», інформація має доповнюючий характер, а новий інформаційний зміст не повинен суперечити усталеній картині світу та його організаційній структурі.
- **стратегія інклюдії** – передбачає рівноправне існування інформаційного контенту, який має відношення як до контексту суспільно діяльності «ми», так і до «вони», не передбачає конфронтаційного порівняння та заперечення, а також цілеспрямованого утворення альтернативної концепції як протидія існуючій. Ця стратегія дає можливість досягти світоглядного плюралізму та забезпечує існування різноманітних форм прояву культури.

На основі запропонованої стратегіальної моделі особистісного світосприйняття нами був розроблений опитувальник, який включає у себе питання соціально-побутового характеру та дає можливість змінювати рольову позицію адресата повідомлення відповідно до завдань дослідження (табл. 3.1). Текст опитувальника включає у себе 20 питань, які не пов'язані з реальними фактами для того, щоб зафіксувати стратегіальні відмінності особистісного світосприйняття відповідно до тієї ролі (примусової ідентифікації) в якій у момент мовлення знаходиться досліджуваний (рефлексує свою співучасть у певному груповому об'єднанні «ми»).

Завданням нашого дослідження було визначити, яку стратегію особистісного світосприйняття обирають особи юнацького віку у межах провідних рольових ідентифікацій, які були нами досліджені у попередньому розділі. Для них характерною є біполярна етнонаціональна, соціально-професійна та статеворольової ідентифікація.

Лише у системі родинних стосунків переважає уніполярна ідентифікація (виокремлюється лише полюс «ми» без протиставлення деякому «вони»). Рольові позиції, які опановані особами юнацького віку та властиві для більшості цієї категорії осіб, побудовані за принципом «я-ми» та протиставленні груповій єдності «вони».

У питання опитувальника ми включили чотири рольові позиції:

- етнонаціональну («українець/українці-росіяни»);
- статеворольову («чоловік/чоловіки-жінки» та «жінка/жінки - чоловіки»);
- соціально-професійну («студент/студенти – викладачі»);
- сімейну (родинну) («син/донька – батьки (інші родичі»)).

Таблиця 3.1

Приклад типового запитання опитувальника вивчення стратегії особистісного світосприйняття

Питання	Варіанти відповіді
(Жінки ³⁰) вважають, що потрібно стежити за своєю зовнішністю, правильно харчуватися, мати здоровий сон та регулярно відвідувати лікаря	стратегія сегрегації (заперечення змісту) а) (чоловіки) не поділяють думку жінок
	стратегія ексклюзії (власний альтернативний зміст) б) (чоловіки) вважають, що потрібно займатися спортом, багато подорожувати та дихати свіжим повітрям
	стратегія інтеграції (доповнення змісту) в) (чоловіки) поділяють думку жінок, проте вважають, що окрім цього варто мати фізкультурну активність та регулярно займатися сексом
	стратегія інклюзії (включення змісту) г) (чоловіки) не заперечують думку жінок та вважають, що вона має право на існування

Ми припускаємо, що кожна рольова позиція у системі «ми-вони» вимагатиме певного ставлення до інформації, яке буде позначатися у використанні певної стратегії світосприйняття.

Етнонаціональна диференціація для осіб юнацького віку є однією з основних чинників налагодження соціальних взаємовідносин. У дослідженні, яке представлено у другому розділі ми зафіксували, що етнонаціональна позиція «українець/українка», «поляк/полька», «єврей/єврейка» притаманна

³⁰ Ідентифікація адресата мовлення змінюється відповідно до завдань дослідження

для 91% досліджуваних. Порівняно з попередніми дослідженнями, які проведені В.В. Горбуною (2003), етнонаціональна ідентичність в силу геополітичних змін в Україні посилюється за рахунок активної проукраїнської пропаганди на фоні ідеологічного протистояння з Російською Федерацією [79]. За результатами нашого дослідження також було зафіксовано, що етнонаціональна ідентифікація відбувається у біполярній системі ролей, яка передбачає усвідомлення існування деякого етнонаціонального об'єднання «вони».

Ставлення до інформаційного контенту залежить від тієї ролі, яку виконує особистість в окремій соціальній ситуації: зміна ситуації або її умов призводить до зміни ролі. У більшості публічних ситуацій індивід виконує ту роль, яка є найбільш релевантною по відношенню до її умов та ролі інших суб'єктів у її межах. Соціальні очікування щодо рольової поведінки (функцій ролі) є основою примусової ідентифікації реципієнта мовлення. У кожній окремій ситуації пересічна людина є тим, ким її хочуть бачити інші і в окремих (як правило не публічних ситуаціях) особистість залишається сама собою та сприймає світ безвідносно міжгрупових орієнтирів «ми». В умовах стрімкої глобалізації сучасного світу, більшість соціальних ситуацій, які так чи інакше формують картину світу пересіченої людини є публічними, а отже вимагають певної рольової послідовності у сприйнятті інформаційного контенту через призму ролі та ті стратегії світосприйняття, які для цієї ролі є властивими.

Дослідження провідних стратегій особистісного світосприйняття ми провели на двох вікових категоріях: особах юнацького віку, які є активними представниками інформаційного суспільства та особах віку середньої дорослості, що проживають у міській та сільській місцевості. Відповідно до результатів дослідження, які були опубліковані Фондом Фрідріха Еберта в Україні, жителі сільської та міської місцевості орієнтовані на різні інформаційні канали в силу різної технологічної доступності до каналів інформації [329]. Досліджувані юнацького віку більшість інформації отримую через Internet-ресурси, з яких домінуючими є цифрові соціальні мережі. Особи віку середньої дорослості орієнтовані на отримання інформації про оточуючий світ з традиційних ЗМІ (телебачення, преса або офіційні Internet-видання). Дослідження проводилося на території Житомирської, Київської, Вінницької та Хмельницької областей (2018-2019). Для збору емпіричного матеріалу було використано паперовий та електронний варіант опитувальника. Всього у дослідженні взяли участь 400 осіб (200 осіб юнацького віку та 200 осіб віку ранньої дорослості).

У кожній дослідній групі було виявлено провідну стратегію світосприйняття у межах рольової етнонаціональної ідентифікації, статево-рольової, соціально-професійної та родинної. Порівняльний аналіз результатів дослідження серед осіб юнацького віку та віку середньої дорослості у межах етнонаціональної системи ролей показав, що провідною для цієї рольової системи є стратегії сегрегації та ексклюзії. Ті елементи

картини світу, які є частиною світу групового об'єднання «ми» мають мати абсолютно інше бачення та інтерпретацію у межах консолідації «вони». Провідними стратегіями взаємодії особистості з інформаційними контентом у межах біполярної системи ролей «ми - українці» та «вони -росіяни» є ті, що заперечують досвід «вони» або по іншому його інтерпретують.

Натомість в етнонаціональній системі ролей, де «ми - українці» та «вони» виступають «поляки» ми отримали наступні результати: провідною стратегією особистісного світосприйняття виступають інтеграція та ексклюзія (рис. 3.2).

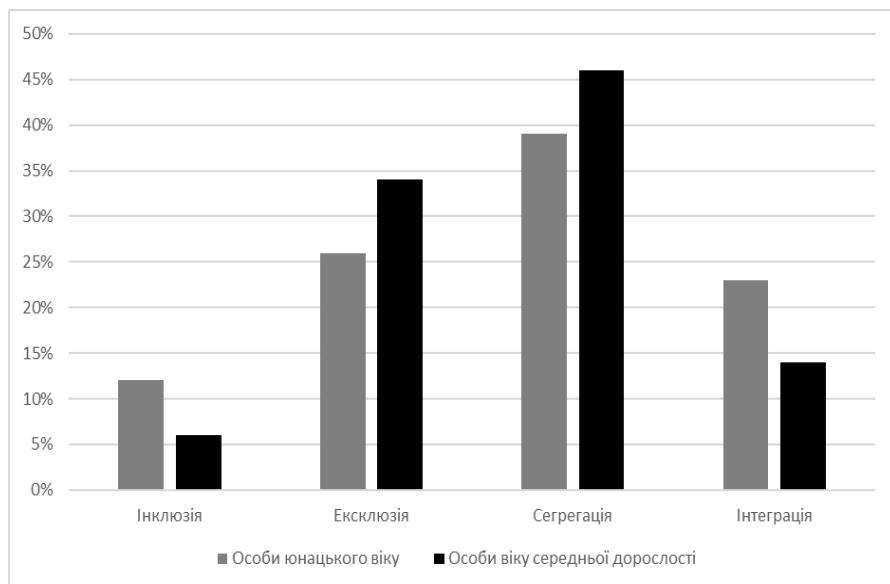


Рис. 3.2. Стратегії особистісного світосприйняття у біполярній системі етнонаціональних ролей («ми-українці» та «вони-росіяни»)

Відповідно до результатів психосемантичного дослідження міжнаціональної перцепції українців, які представлені у четвертому розділі, ми зафіксували, що українці та поляки знаходяться в межах етнонаціональної єдності «ми», а отже мають спільні елементи картини світу, які однаково сприймаються та інтерпретуються. Натомість, «росіяни» сприймаються як члени опозиційного угруповання «вони», тому елементи їх картини світу у якості продуктів культурної діяльності заперечуються або ігноруються членами міжгрупового об'єднання «ми-українці». Стратегія «інклюзії» не є провідною у цій системі рольової ідентифікації, що можна пояснити тим, що для цієї системи соціальних стосунків характерною є соціально-історична кон'юнктура взаємовідносин, а отже сучасний досвід, який отримує суб'єкт

соціальних відносин, опосередковується досвідом, який був отриманий попередніми поколіннями.

Для осіб юнацького віку у рольовій системі «ми-українці» та «вони-поляки» провідною є стратегія інтеграції, натомість для осіб середньої дорослості провідною є стратегія ексклюзії (рис. 3.3.).

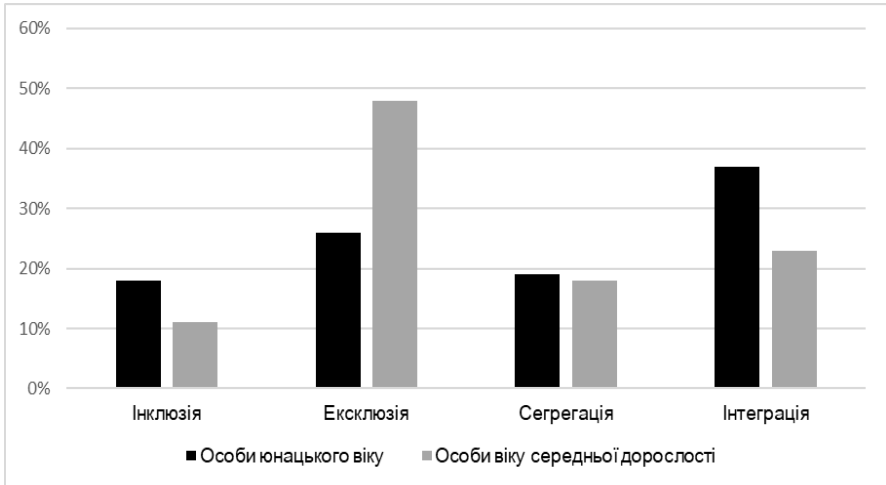


Рис. 3.3. Стратегії особистісного світосприйняття у біполярній системі етнонаціональних ролей («ми-українці» та «вони-поляки»)

Використавши критерій кутового перетворення Фішера (ϕ), ми встановили, відмінності відсоткового розподілу кількості осіб юнацького віку, які у межах етнонаціональної ідентифікації використовували стратегію інклюзії, ексклюзії, сегрегації та інтеграції (табл. 3.2). За результатами статистичного аналізу ми приходимо до висновку, що зміна рольових позицій в етнонаціональній системі ідентифікації призвела до статистично значимої зміни кількості осіб, у яких домінувала стратегія «сегрегації» та не вплинула на кількісне співвідношення осіб, які орієнтовані на стратегію «ексклюзії». Статистично незначимою є зміна кількості осіб, які орієнтовані на стратегію інклюзії, відсоток досліджуваних, які її використовували залишається найнижчим серед усіх.

Статистичний аналіз серед досліджуваних віку середньої дорослості показав, що статистично значимими є зміни кількості осіб, які обирають стратегію ексклюзії та сегрегації. Незначимими є зміни відсоткового розподілу серед осіб, які обирали стратегії інклюзії та інтеграції (табл. 3.3).

Зміна ролі адресата повідомлення у межах етнонаціональної системи ідентифікації зумовлює відмінності використання особами юнацького та раннього дорослого віку стратегій сегрегації та інтеграції. Стратегії інтеграції та інклюзії, які домінують у меншій кількості осіб, мають випадкову зміну

кількості осіб, що використовують її у процесі аналізу інформаційного контенту.

Таблиця 3.2

Рівень статистичної значимості відсоткового розподілу використання стратегій особистісного світосприйняття в етніонаціональній системі ідентифікації «ми - українці; вони - поляки, ми - українці; вони - росіяни» особами юнацького віку

Стратегії особистісного світосприйняття	Примусова ідентифікація «ми-українці, вони - росіяни»	Примусова ідентифікація «ми-українці, вони-поляки»	φ	p
Інклюзія	12%	18%	0,2600	$p \leq 0,3$
Ексклюзія	26%	26%	0,0500	$p \leq 0,5$
Сегрегація	39%	19%	0,0015	$p \leq 0,02$
Інтеграція	23%	37%	0,5281	$p \leq 0,6$

У біполярній статево-рольовій системі стосунків «ми-чоловіки» та «вони-жінки» провідними є стратегії інтеграції та ексклюзії. Також високий відсоток використання стратегії інклюзії. У системі статево-рольової ідентифікації нами було виявлено, що чоловіки схильні до інтеграції досвіду «жінок» у власну картину світу, пошуку спільних точок бачення оточуючого середовища.

Таблиця 3.3

Рівень статистичної значимості відсоткового розподілу використання стратегій особистісного світосприйняття у етніонаціональній системі ідентифікації «ми - українці; вони - поляки, ми - українці; вони - росіяни» особами віку середньої дорослості

Стратегії особистісного світосприйняття	Примусова ідентифікація «ми-українці, вони - росіяни»	Примусова ідентифікація «ми-українці, вони-поляки»	φ	p
Інклюзія	6%	11%	0,4254	$p \leq 0,5$
Ексклюзія	34%	48%	0,0002	$p \leq 0,001$
Сегрегація	46%	18%	0,0008	$p \leq 0,001$
Інтеграція	14%	23%	0,5529	$p \leq 0,6$

Статеворольова диференціація створює сприятливі умови для доповнення картини світу чоловіків та жінок новим досвідом, який хоч і не повністю включається у життєвий контекст, проте і не заперечується як чужий та ворожий, що ми зафіксували у етнонаціональній системі рольових відносин.

Досліджувані жіночої статі як юнацького віку так і віку середньої дорослості схильні до використання стратегії інтеграції та ексклюзії. Найменшу кількість склали особи, які використовували стратегії сегрегації. Жінки не сприймають чоловіків у якості опонентів та налаштовані на інтеграцію власного досвіду з досвідом протилежної статі (рис 3.4).

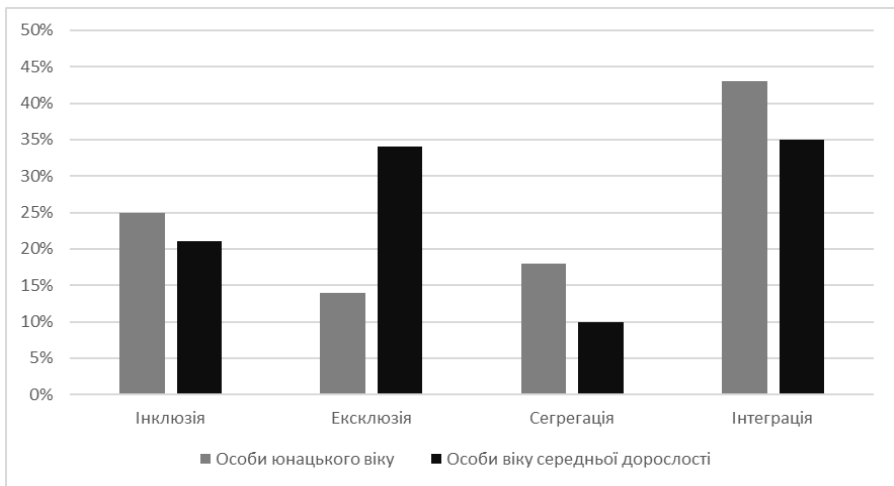


Рис. 3.4. Стратегії особистісного світосприйняття у біполярній системі статево-рольових стосунків (досліджувані жіночої статі)

Досліджувані чоловічої статі схильні до використання стратегії інтеграції та інклюзії, у досліджуваних юнацького віку також високий відсоток тих, які орієнтовані на використання стратегії інклюзії, серед досліджуваних віку середньої дорослості цей відсоток менший. Найменша кількість досліджуваних чоловічої статі обирала стратегію сегрегації (рис. 3.5.).

За результатами дослідження статистичної значимості відсоткового розподілу осіб, які у статево-рольовій системі взаємовідносин орієнтовані на використання запропонованих нами стратегій світосприйняття ми встановили, що у досліджуваних юнацького віку статистично значимою є зміна в умовах примусової статево-рольової ідентифікації стратегій ексклюзії та сегрегації (табл. 3.4).

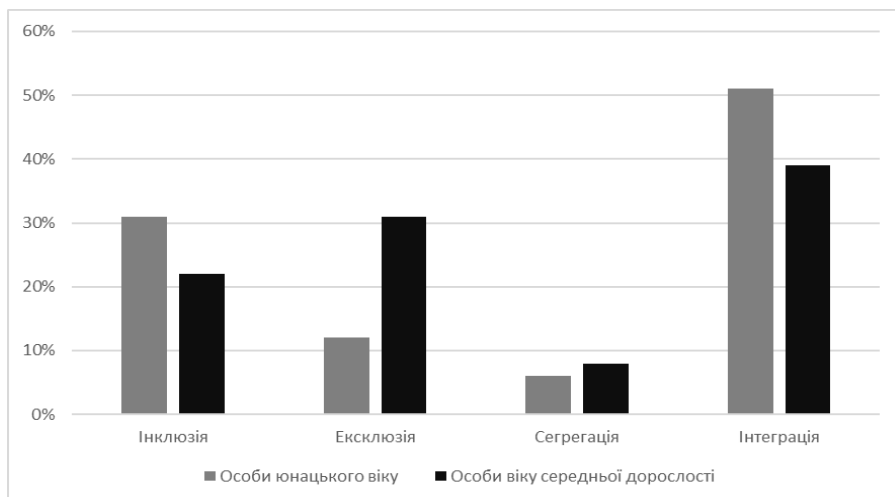


Рис. 3.5. Стратегії особистісного світосприйняття у біполярній системі статево-рольових стосунків (досліджувані жіночої статі)

У досліджуваних віку ранньої дорослості також зміна стратегій ексклюзії та сегрегації мають статистичну значимість. Стратегії інтеграції та інклюзії не мають статистично-значимої зміни відсоткового розподілу, а отже на їх вибір досліджуваними не впливає примусова статево-рольова ідентифікація (табл. 3.5).

Таблиця 3.4

Рівень статистичної значимості відсоткового розподілу використання стратегій особистісного світосприйняття у статево-рольовій системі ідентифікації особами юнацького віку

Стратегії особистісного світосприйняття	Примусова ідентифікація «ми-чоловіки, вони - жінки»	Примусова ідентифікація «ми-жінки, вони – чоловіки»	φ	p
Інклюзія	25%	31%	0,2949	$p \leq 0,5$
Ексклюзія	14%	12%	0,1031	$p \leq 0,2$
Сегрегація	18%	6%	0,0091	$p \leq 0,01$
Інтеграція	43%	51%	0,5159	$p \leq 0,6$

Таблиця 3.5

Рівень статистичної значимості відсоткового розподілу використання стратегій особистісного світосприйняття у статеврольовій системі ідентифікації особами віку середньої дорослості

Стратегії особистісного світосприйняття	Примусова ідентифікація «ми-чоловіки, вони-жінки»	Примусова ідентифікація «ми-жінки, вони-чоловіки»	φ	p
Інклюзія	21%	22%	0,4378	$p \leq 0,5$
Ексклюзія	34%	31%	0,4029	$p \leq 0,5$
Сегрегація	10%	8%	0,3573	$p \leq 0,5$
Інтеграція	35%	39%	0,5121	$p \leq 0,5$

В умовах соціально-професійної диференціації досліджувані юнацького віку (ми – студенти; вони – викладачі) схильні до використання стратегії інклюзії та інтеграції. В умовах навчальної діяльності студенти не сприймають викладачів у якості носіїв опозиційного досвіду та схильні до інтеграції їх досвіду з власним, конструювання спільної картини світу. Найменша кількість студентів орієнтована на стратегію сегрегації (рис. 3.6.).

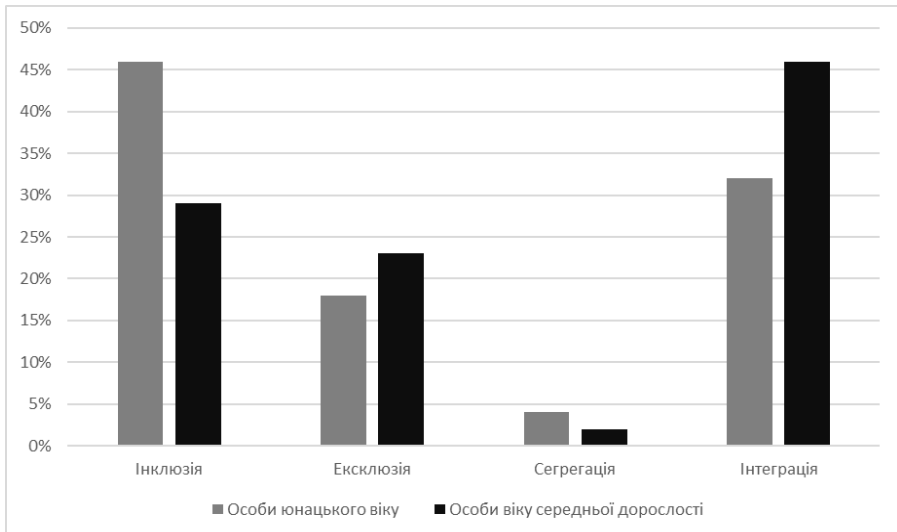


Рис. 3.6. Стратегії особистісного світосприйняття у біполярній системі соціально-професійної ідентифікації

Досліджувані віку ранньої дорослості орієнтовані на використання стратегії інтеграції та інклюдії, тоді як у осіб юнацького віку домінуючою є стратегія інклюдії. Найменша кількість осіб віку середньої дорослості орієнтовані на стратегію сегрегації.

За результатами статистичного аналізу ми встановили, що у соціально-професійній системі ідентифікації на вибір стратегії особистісного світосприйняття не впливає вік досліджуваних та рольова позиція (табл 3.6). Отже, соціально-вікові особливості досліджуваних не впливають на вибір стратегії особистісного світосприйняття. Нами було встановлено, що рольова позиція у системі відносин «викладач-студент» та «студент-викладач» є сприятливою для інтеграції спільного досвіду в єдиній картині світу. Для цієї системи стосунків не характерним є формування «анти-картини світу» як результат опозиції відносно досвіду групового формування «вони». Досліджувані схильні до того, що більшість знань про оточуючу дійсність можуть мати релятивну природу та змінювати істинність відносно ситуації.

У сімейно-рольовій системі ідентифікації: «ми – батьки, вони – діти» нами було виявлено, що для осіб юнацького віку провідною стратегією особистісного світосприйняття є «ексклюзія» а для осіб віку середньої дорослості «інтеграція». У системі батьківсько-дитячих стосунків досліджувані юнацького віку намагаються «виключити» досвід «вони» з власної картини світу та схильні до формування альтернативної картини світу, яка була б відмінною від картини світу «батьків».

Таблиця 3.6

Рівень статистичної значимості відсоткового розподілу використання стратегій особистісного світосприйняття у соціально-професійній системі ідентифікації

Стратегії особистісного світосприйняття	Примусова ідентифікація «ми-студенти, вони - викладачі»	Примусова ідентифікація «ми-викладачі, вони-студенти»	φ	p
Інклюдія	44%	29%	0,0538	$p \leq 0,6$
Ексклюзія	18%	23%	0,2726	$p \leq 0,5$
Сегрегація	6%	2%	0,3184	$p \leq 0,5$
Інтеграція	32%	46%	0,0569	$p \leq 0,6$

Натомість, особи віку ранньої дорослості у рольовій позиції «батьки» намагаються інтегрувати досвід «дітей», не заперечують існування їх досвіду та намагаються сконструювати спільну картину світу (рис. 3.7).

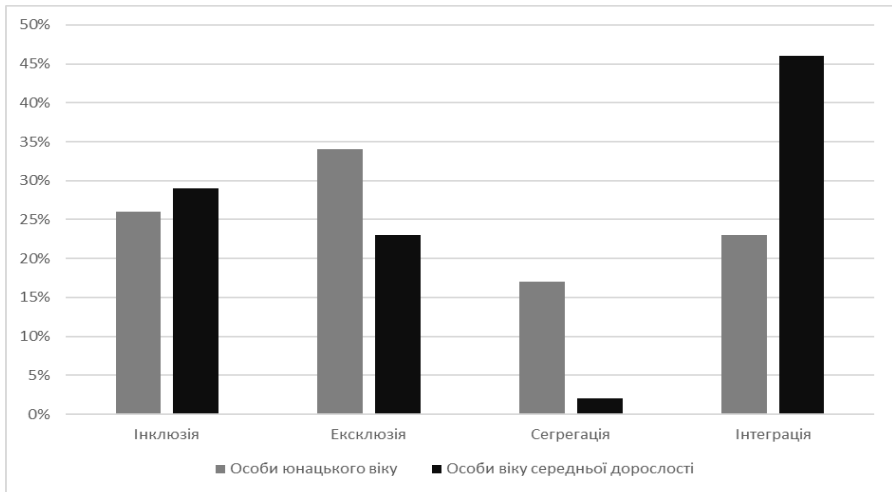


Рис. 3.7. Стратегії особистісного світосприйняття у біполярній системі родинної ідентифікації

За результатами статистичного аналізу відсоткового розподілу кількості осіб, які використовували у родинній системі ідентифікації, запропоновані нами стратегії особистісного світосприйняття, ми виявили, що вікова диференціація впливає на вибір стратегії особистісного світосприйняття. Порівняння результатів дослідження серед осіб юнацького віку та віку середньої дорослості свідчить про те, що сприйняття інформації у цій системі ідентифікації не залежить від соціального та вікового розвитку особистості (табл. 3.7). За результатами проведеного нами дослідження ми встановили, що для більшості дослідницьких ситуацій, у яких ми змінювали роль реципієнта та комунікатора не має зв'язку між віком досліджуваних та провідною стратегією світосприйняття у кожній окремо аналізованій системі рольової ідентифікації. Отже, ми приходимо до висновку, що особи юнацького віку та особи раннього дорослого віку включені у спільну інформаційну та соціо-культурну мережу, яка транслює спільні для усіх членів групи моделі сприймання інформаційного змісту у конкретній системі рольової ідентифікації: етнонаціональної, гендерно-рольової, соціально-професійної та родинної. Статистично-значима зміна відсоткового співвідношення кількості осіб, які використовують запропоновані нами стратегії особистісного світосприйняття, була зафіксована у системі етнонаціональної ідентифікації.

Таблиця 3.7

Рівень статистичної значимості відсоткового розподілу використання стратегій особистісного світосприйняття у системі родинної ідентифікації

Стратегії особистісного світосприйняття	Примусова ідентифікація «ми-діти, вони - батьки»	Примусова ідентифікація «ми-батьки, вони-діти»	φ	p
Інклюзія	44%	29%	0,0684	$p \leq 0,1$
Ексклюзія	18%	23%	0,1104	$p \leq 0,2$
Сегрегація	6%	2%	0,0710	$p \leq 0,1$
Інтеграція	32%	46%	0,0137	$p \leq 0,02$

Зміна ролі комунікатора та примусове ідентифікація (зовнішня атрибуція ролі) впливає на вибір особистістю провідної стратегії світосприйняття. Найбільшу статистичну значимість має зміна відсоткового розподілу осіб, які використовують стратегію сегрегації, що свідчить про те, що в умовах загальної суспільної ідентифікації ворога пересічні громадяни схильні до заперечення досвіду, який не стосується культурного поля «ми». У системі соціально-професійної, гендерно-рольової та родинної ідентифікації пересічні громадяни схильні до інтеграції досвіду інших соціокультурних утворень або до інклюзії світоглядних позицій «ми та вони».

За результатами дослідження стратегіальних відмінностей особистісного світосприйняття нами було помічено, що в умовах примусової ідентифікації досліджувані схильні, у більшості (за результатами чотирьох сесій дослідження), до використання стратегій ексклюзії та інтеграції. Таке налаштування до інформаційного контенту пояснюється нами як результат впливу соціально-психологічних механізмів уніфікації соціального світосприйняття відносно досвіду, який сформований у межах культурного формування «вони». Стратегія сегрегації використовується досліджуваними лише в межах етнонаціональної ідентифікації, яка є найбільш поширеною серед досліджуваних (притаманна більше ніж 96% досліджуваних). В умовах інформаційного протистояння з Росією, яка є частиною цивілізаційного протистояння Сходу та Заходу, українці жорстко заперечують елементи культури «вони» (росіяни, турки, казахи) та перебільшують суспільне значення інформації, що входить до етнонаціонального формування «ми» (українці, поляки, німці). Стратегія інклюзії, яка є найбільш лабільною у плані конструювання спільної картини світу та інтеграції суспільного досвіду

у загальну інформаційну систему використовується у відсотковому співвідношенні найменшою кількістю досліджуваних.

Взаємодія особистості з оточуючим світом являє собою складний процес аналізу різномірної інформації, що людина отримує здебільшого не через органи відчуттів та процеси сприймання, а через пряму чи опосередковану взаємодію з інформаційним контентом, який вміщує в собі знання про світ. Ставлення до інформації залежить від того, яку рольову позицію займає особистість у момент мовлення та у ролі кого знаходиться комунікатор, який транслює інформаційний зміст. **Знання про світ включають у себе не тільки об'єктивні факти, зафіксовані властивості та емоційні реакції, що виникають у результаті взаємодії зі світом, вони включають у себе оціночний компонент індивідуальної та суспільної важливості інформації у культурній системі рольової репрезентації особистості.** У кожній окремій ситуації суспільної життєдіяльності пересічна особистість використовує певну суспільно доцільну стратегію взаємодії зі світом та знаннями про цей світ, яка є результатом формування адаптивно-доцільної поведінки особистості та пристосування до соціального середовища.

Позбавившись від обмежень рольової експектації особистість розширює варіативність та свободу вибору стратегії особистісного світосприйняття. У системі ідентифікації де реципієнтом та комунікатором є персони, які сприймаються на рівні «я-ти» збільшується ступінь свободи та вибору стратегії взаємодії з інформацією, можливості. Персоніфікація інформації дозволяє позбутися соціокультурних та ідеологічних викривлень у сприйнятті суспільного досвіду, сприймати інформацію з точки зору її індивідуальної значимості та об'єктивної цінності для вирішення життєвих завдань.

В умовах примусової ідентифікації людина залишається більш скутою у своєму ставленні до інформації та суб'єкта інформування ніж в ситуації, коли інформація позбавлена рольового ідентифікатора. У нашому дослідженні, яке було проведене з контрольною групою (n=80), яка отримала варіант опитувальника без рольового ідентифікатора було виявлено, що варіативність відповідей в умовах поза рольовою ідентифікацією є більшою ніж за умови примусової рольової ідентифікації.

Ми висунули дві статистичні гіпотези, які мали виявити чи є суттєвими відмінності у відсотковому розподілі осіб, які використовували запропоновані нами стратегії особистісного світосприйняття (табл. 3.8).

Для порівняння ми використали результати дослідження примусової ідентифікації в етнонаціональній системі стосунків, у межах якої нами було виявлено статистично значимі відмінності кількісного співвідношення осіб, які використовували стратегії сегрегації та ексклюзії.

Нами було висунуто наступні статистичні гіпотези:

H_0 – відмінності відсоткового розподілу осіб, які використовували стратегії сегрегації та ексклюзії у межах примусової ідентифікації та поза нею (знеособлене повідомлення) є випадковими.

H_1 – відмінності відсоткового розподілу осіб, які використовували стратегії сегрегації та ексклюзії у межах примусової ідентифікації та поза нею (знеособлене повідомлення) є статистично значимими.

Таблиця 3.8

Показники статистичної значимості відсоткового розподілу кількості осіб, які використовували стратегії особистісного світосприйняття в межах примусової ідентифікації та поза нею

Стратегії особистісного світосприйняття	Примусова ідентифікація «ми-українці, вони - росіяни»	Поза межами примусової ідентифікації	p	H
Інклюзія	6%	26%	$p \leq 0,001$	H_1
Ексклюзія	34%	19%	$p \leq 0,02$	H_0
Сегрегація	46%	17%	$p \leq 0,02$	H_0
Інтеграція	14%	38%	$p \leq 0,001$	H_1

За результатами дослідження було виявлено що примусова ідентифікація в межах етнонаціональних стосунків («ми – українці; вони – росіяни») призводить до статистично значимої зміни відсоткового розподілу осіб, які використовували стратегії інтеграції та інклюзії. Ідентифікація мовця у системі етнонаціональних стосунків призводить до використання у цій системі стосунків та інформаційного обміну стратегії сегрегації та інтеграції. У межах ідентифікації в якості комунікатора знеособленої персони «росіянин» досліджувані схильні до використання стратегії, яка заперечує досвід цього етнонаціонального утворення, виводить його за межі картини світу «ми». У випадку, коли досліджувані аналізували інформаційний контент, де комунікатор був знеособлений, вони схильні до використання стратегії, яка передбачає включення інформаційного змісту у колективну та індивідуальну картину світу. Стратегія інклюзії, що передбачає формування картини світу, яка допускає існування різномірних підходів до інтерпретації об'єктивної дійсності та позбавлена ролівої дискримінації використовується найменшою кількістю осіб, що свідчить про несформованість на рівні ментальної культури українського етносу інклюзивного світогляду та

здатності сприймати й аналізувати інформаційний зміст незалежно від того, хто є мовцем у певний момент часу.

Знання та досвід, який належить до культурного об'єднання «вони», формує певну «анти-картину світу», яка з одного боку містить знання, які заперечують діючу картину світу, а з іншого виконують функцію соціального орієнтиру, який призводить до генерації мислительного процесу за принципом «від протилежного» (рис.3.8). Яскраво виражена картина світу з реально окресленим інформаційним контентом існує в умовах культурної сегрегації, де уявлення про Світ «вони» є «анти-картиною світу» для представників соціо-культурного об'єднання «ми». В умовах інклюзивного культурного середовища анти-картина світу як окреме інформаційно-культурне формування відсутнє, оскільки зникає необхідність поділу культурного контенту на «свій» та «ворожий».

Індивідуальний контекст інформаційної діяльності дозволяє проявляти стратегіальну варіативність у сприйнятті інформаційного контенту, використовували усі запропоновані нами стратегії особистісного світосприйняття з кількісним переважанням тієї, яка є провідною у межах повсякденної інформаційної діяльності суб'єкта соціальних відносин. У межах індивідуальної взаємодії особистість є вільною у виборі способу пізнання, а отже здатна до творчого, критичного сприйняття інформаційного контенту. Обираючи стратегію сприйняття інформації особистість здійснює акт вчинку, який підпорядкований її внутрішнім уявленням про світ та його наповнення, а отже і знання про нього мають пройти внутрішні фільтри критичної оцінки контенту (В.О. Моляко, В.А. Роменець) [220,275]. Творчість можлива лише за умов існування певної варіативності: явно вираженої та реально доступної або її ілюзії, відчуття свободи в умовах суспільного контролю.

Стратегіальна організація особистісного світосприйняття у межах рольової взаємодії дозволяє стандартизувати активність суспільного середовища: формує однорідне ставлення до інформаційного контенту, який сформований у культурному середовищі «ми» та «вони», а отже дозволяє регулювати (маніпулювати) масову свідомість та процесами масового сприйняття членів територіального об'єднання в інтересах держави.

В умовах світоглядної сегрегації відбувається поділ досвіду на суспільно-корисний (активний) та анти-досвід, що виконує в суспільстві функцію табу. Розвиток культури (культур) етнонаціональних, релігійних, ідеолого-соціальних угруповань базувався тривалий час на пошуках диференційних відмінностей та утвердження власної автентичності. Боротьба за неї і рухала культуру та мистецтво шляхом пошуку унікального і неповторного. Світоглядні стратегії світосприйняття сегрегації, інтеграції та ексклюзії у кінцевому випадку передбачають формування як усталеної картини світу, так і її анти-моделі, яка перебувала в культурній ізоляції [293, 202]. З одного боку анти-картина світу знаходиться в умовах мораторію та заборони, з іншого – вона популяризується як модель того, що не може за

будь яких умов стати частиною основної суспільно прийнятої картини світу.

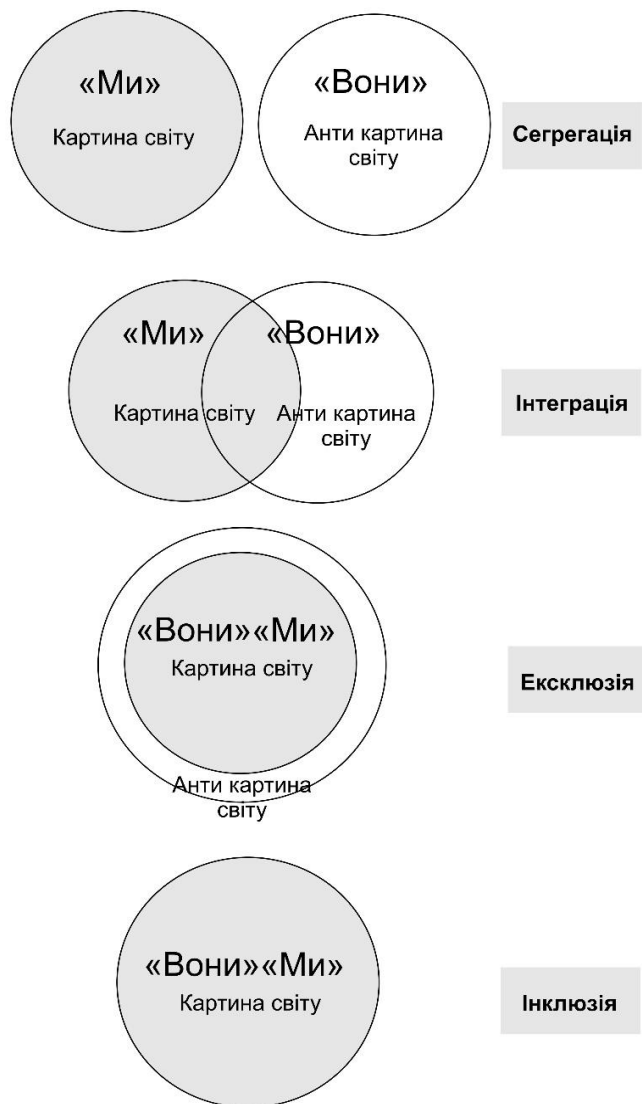


Рис. 3.8. Функціонування картини світу та анти-картини світу в умовах використання окремих стратегій особистісного світосприйняття

Як і на «початку людської історії» за Б.Ф. Поршнєвим, вихідним для сучасного суспільного прогресу є модель світу, яка протиставляється іншій, ворожій [260]. Рух проти чогось має більший потенціал розвитку, ніж рух «за щось». Ідейна диференціація з можливістю конфронтації на початках еволюції соціокультурного середовища зберігала внутрішню цілісність системи, дозволяла чинити опір впливу інших культур, протидіяла експансії. Держави з авторитарною системою політичної організації орієнтовані на культурну ізоляцію та сегрегацію інформаційного контенту на «свій» та «чужий».

Держава, за результатами досліджень М.А. Козловця та Н.М. Ковтун є, у першу чергу, етнонаціональним утворенням а не соціо-культурним, політичним чи релігійним [159]. Етнічна, а у деяких випадках громадянська ідентифікація на рівні масової інформаційної мережі є засобом регуляції групової активності, особливо коли суспільство знаходиться у зовнішньо вираженій конфронтації з іншим державним утворенням. Використання певної стратегії світосприйняття є результатом впливу на особистість цілого комплексу культурних фреймів та моделей сприймання, які, вступаючи у взаємодію з людиною, призводять до цілком передбачуваного результату. Будь-яка історична модель суспільних відносин зберігає чи імітує свободу вибору кожного з членів спільноти. На одних етапах ця імітація має суто декларативний характер, у інших існує реальна можливість обирати вектор свого розвитку. Відповідно до наукових уявлень Б.Ф. Поршнєва, сутність світового розвитку полягає у створенні свободи. На початку у первісних племенах панує загальна несвобода та несправедливість. «З виникненням держави прогрес втілюється у зміні державно-правових відносин суспільства: у древній деспотії – свобода одного в умовах рабства всіх інших, пізніше – свобода меншості, після чого – свобода усіх» [260, с. 29]. На ранніх етапах еволюції суспільних відносин мірилом свободи був доступ до культурно-економічних ресурсів, які були обмежені. Обмежений доступ до інформації спричиняє штучний інформаційний вакуум, у якому людина починає хаотично шукати будь-яку інформацію, яка так чи інакше пов'язує її з оточуючим світом. Інформаційна депривація не менш шкідлива для людини, ніж інші види, які пов'язані з сенсорними відчуттями. В умовах обмеженого доступу легше маніпулювати масовою свідомістю, перебудовувати систему цінностей та ламати усталені стереотипи.

Процеси гуманізації у різних сферах соціально-культурних відносин зумовили позитивні зміни у сфері міжособистісних стосунків. Законодавчо декларується та підтримується на рівні громадськості рівність прав та можливостей усіх членів спільноти. ХХІ століття стало безповоротним для системи соціальних зв'язків, які мають відображати основні соціальні цінності Європейської спільноти. Суспільство орієнтоване на нову модель особистості, яка має необмежені можливості та може реалізувати себе у різних сферах життєдіяльності. Інтеграція в Європейський цивілізаційний простір для пересічних громадян України передбачає зміну усталених

світоглядних уявлень. Центральною та основною ідеологічною тенденцією розвитку західної культури є визнання рівності кожного члена спільноти у своїх правах, можливостях, обов'язках у середовищі, яке приймає кожного та відкрите для діалогу різних та рівних людей. На рівні міжгрупових відносин зберігається розуміння усіма представниками спільноти, що усі її члени є різними і це необхідно поважати і приймати; мають багато спільного та взаємо-необхідного, що дозволяє повноцінно взаємодіяти між собою. Ресурси інформаційного середовища використовуються з метою впровадження спільних моделей сприймання, які реконструюють картину світу у колективній свідомості та формують однорідне громадське ставлення до явищ об'єктивної дійсності. З метою групової консолідації в інформаційному середовищі транслюється інформація, яка гуртує членів спільноти у боротьбі з деяким «вони». Еволюція суспільних відносин відбувалася на фоні або як результат постійного протистояння «ворогу», який уособлював у собі знання про світ, що суперечили знанням про світ культури чи заперечували її існування як таке. Культурна експансія католицької та православної церкви в епоху середньовічної експансії ілюструє використання стратегій сегрегації та інтеграції у масовому використанні. Тоді як католицизм заперечував надбання давньоримської (грецької) культури, православ'я намагалося об'єднатися з язичницькими культурами народів, серед яких воно поширювалося. На ранніх етапах суспільного розвитку найкращою стратегією захисту культури був напад, що пояснювалося існуванням як потужного консолідуючого образу ворога, так і цілком стабільної анти-культури, яка популяризується як анти-модель світу, як «анти-світ», який не повинен існувати. Стратегія сегрегації в культурному аспекті є стратегією інформаційної ізоляції, інформаційної протидії усім тим соціокультурним формуванням, які потенційно можуть шкодити цілісності соціальної групи, ціннісній єдності та призвести до розчеплення її носіїв в лоні інших етнонаціональних та ідеолого-культурних формувань. В умовах біполярного заперечення «світів» існує велика ймовірність власного обмеження доступу до якісних знань, культурних надбань, які в силу існування загальнополітичної тактики сегрегації усього ворожого не входять до масової культури, а отже, апріорі, не можуть стати частиною картини світу індивіда. Така загальнодержавна стратегія може, як показали результати дослідження, може призвести до прецеденту культурної сегрегації за принципом «або-або» між творами О.С. Пушкіна, І.В. Гоголя, Т.Г. Шевченка, Л.В. Костенко та І.С. Тургенєва, Л.М. Толстого, І.Я. Франка, М. Горького у плані оцінки їх культурної вартості та необхідності включення у шкільний курс літератури. Стратегія сегрегації пов'язана з обмеженням інформаційного простору до безпечних меж та не містять двозначності сприйняття, смислових варіацій та додаткового навантаження фактажу, які є президентом для поляризації суспільства (прибічників та опонентів). За умов культурної сегрегації відсутня внутрішня протидія та опозиція, суспільство є більш унормованим у плані однозначного ставлення до фактів об'єктивної

істини. Поляризація світогляду виноситься на у зовнішній простір, який позиціонується як ворожий та агресивно налаштований, а отже вимагає певної культурної мобілізації, культурного спротиву. В умовах військового протистояння неможливо зберігати культурний простір у межах максимального плюралізму: таким чином, можна спровокувати розкол в середині країни, нації та іншого формування, що перебуває в умовах зовнішньої конфронтації. Ступінь свободи світоглядної орієнтації збільшувався як результат обернено-пропорційного зменшення локальних та глобальних конфліктів, на сьогоднішній день країни, які не мали більше пів століття жодного збройного конфлікту та з найменшим рівнем злочинності (Нідерланди, Швеція, Швейцарія) є досить ліберальними у своїх поглядах на досить гострі для українського суспільства теми. Ресурси інклюзивного суспільства збагачені за рахунок можливості культурного обміну усіх суб'єктів соціальних відносин, які включені у спільну соціокультурну діяльність та не мають світоглядного налаштування протидіяти картині світу один одного. Стратегії інтеграції та ексклюзії є поступовим переходом від моделі заперечення світогляду інших до моделі його поєднання в єдине ціле, у велетенську транскультурну модель світу, яка не обтяжена історичними, ідеологічними, кон'юнктурними чи рольовими фреймами сприйняття. Шлях до інклюзивного суспільства починається з пошуку можливостей примирення та об'єднання людей поза контекстом їх взаємовідносин, на основі взаємного примирення та розуміння необхідності існування багатополосного ставлення до оточуючого світу, існування протиріч та діалогу, який неодмінно веде до розвитку, прогресу. В умовах світоглядної сегрегації розвиток, як результат колективної творчості не можливий, тому стабілізаційні умови обмеження світогляду в умовах інформаційного та тактичного протистояння повинні еволюціонувати до інклюзії знань глобального середовища у спільну інформаційну мережу. Будь-яка історична модель суспільних відносин зберігає чи імітує свободу вибору кожного з членів спільноти. На одних етапах ця імітація має суто декларативний характер, у інших існує реальна можливість обирати вектор свого розвитку.

Етнонаціональна ідентифікація є загально консолідуючою відносно інших систем групової рольової ідентифікації, які були досліджені нами. Єдино вірогідною причиною примусової ідентифікації у цифровій інформаційній мережі та через традиційні канали ЗМІ є її консолідуюча функція для переважної більшості членів територіальної спільноти. У ті моменти, коли необхідно апелювати до масової свідомості з метою формування однорідного ставлення до певного явища чи події, яке прямо або опосередковано стосується членів територіального об'єднання, комунікація з позиції «ми-нація» чи етнічне об'єднання є найбільш дієвою, оскільки саме вона є основою державницьких відносин. Держава з самого початку свого існування функціонує як моно етнонаціональне угруповання. На початку людської історії це включення було на правах сегрегації етнічної меншості, яка сприймалася як деяке «вони». Згодом у період формування

капіталістичних Європейських держав у середині XVIII ст., а у деяких інших країнах і до цього часу, держава намагалася утвердити статус «титової нації» та відносно неї вибудовувалися супідрядні стосунки з іншими, які теж не мали повноцінного культурного змісту (з позиції «ми»). Соціокультурна інклюзія питання і проблеми впровадження якої з'являються наприкінці XX ст., починає новий етап розвитку держави як соціального утворення, що базується не на етнічній ідентифікації. Інклюзивне середовище базується на принципово інших засадах функціонування, що нівелює рольові обмеження до мінімуму та дають можливість будувати соціальні стосунки з точки зору індивідуальної причетності до проблеми та компетентності її розв'язати. Рольова лабільність дає можливість позбутися стигм сприйняття інформаційного контенту, які нав'язуються з метою маніпуляції масовим сприйняттям, яке може відбуватися як з необхідності гуртування суспільства у протидію спільному ворогу, так і з метою зміщення акцентів сприйняття від реальних проблем, що можуть викликати осуд та громадські протести. Заклики до етнонаціональної ідентифікації виникають як результат державної трансформації або військового протистояння. У період Великої Французької Революції (1789-1799), як було виявлено Л. Нассом та О. Кабанесом, спостерігалася явище деперсоналізації та знеособлення усіх, хто був причетний до дворянства та королівської родини. Повстання було організоване французьким народом проти дворян з метою встановлення народовладдя. Закрадається питання, чому повстання «французів» проти «дворян», а не «простолудинів» проти «дворян». Виявляється, дворяни автоматично на рівні масового сприйняття позбавлялися цієї етнонаціональної ролі та підпадали під категорію «не французів» [129]. Водночас частиною державної політики Франції, підвалини якої закладалися у той час, є примусова законодавча ідентифікація усіх громадян Франції, не зважаючи на їх расову та етнічну приналежність, у якості громадян країни. Це ж явище спостерігалось і під час революції в Царській Росії 1917 року, але тоді в силу поліетнічності цього державного формування виникла необхідність створення нового консолідуючого державного формування «Радянський Союз», який породив мета індивідуальність радянської людини.

Формувати у періоди трансформації суспільства одновекторне ставлення до окремих явищ об'єктивної дійсності та розраховувати на цілісне та однорідне їх відображення в індивідуальній картині світу можливо лише у системі інформаційного обміну, яка є спільною для усіх. Етнічна ідентичність є системо-формуючою у процесі становлення держави, її розвитку та у разі її трансформації – причиною загибелі або структурного перетворення. Етнонаціональна система стосунків зберігає певну традиційну послідовність у сприйнятті інформації з огляду на те, що зберігається нашірвання історичної пам'яті, досвіду спілкування з іншими етнонаціональними групами.

У результаті еволюції суспільних відносин відбувається поступова реорганізація міжгрупових зв'язків, які дозволяють зберігати рольову

варіативність. Соціальна ієрархія міжособистісних зв'язків у сучасному суспільстві дозволяє одночасно бути представником різноманітних групових осередків (виконувати різноманітні соціальні ролі), які створюють можливість пошуку спільних інтересів, можливостей кооперації та взаємовигідної взаємодії людей у глобалізованому світі. Інклюзивна стратегія особистісного світосприйняття є еволюційно-доцільним способом взаємодії особистості з іншими суб'єктами соціальних відносин, особливо це стосується соціальних осередків, які в результаті технологічного розвитку стали активними користувачами глобальної цифрової інформаційної мережі. В Internet-середовищі ідентифікація національності, статі та інших соціально-психологічних маркерів особистості відбувається у процесі взаємодії з інформаційним контентом (спочатку відбувається взаємодія з інформацією, а потім з персоною, яка її поширює). Акти цифрової активності втрачають державні чи соціокультурні межі та можуть поєднуватися в хаотичному, наперед невизначеному порядку, руйнуючи державну політику окремих країн, детермінуючи ситуації неочікуваної, непрогнозованої комунікації з іншими суб'єктами соціальних відносин, які не мають чіткої приналежності до табору «ми» чи «вони». Інклюзивне соціальне середовище є найбільш оптимальним середовищем для розвитку та творчості, яка є основою адаптації до фізичного та віртуального середовища, збільшує шляхи можливої розумової та поведінкової варіативності, зберігає ресурси для самовідновлення та ресурсної підтримки інших суб'єктів соціальних відносин. Анти-картина світу як певна сукупність знань та досвіду, які були акумульовані у межах ворожого етнонаціонального формування «вони», не може існувати в інклюзивній системі соціальних взаємовідносин, що однозначно збільшує можливості людини та збагачує картину світу, дозволяє критично сприймати інформацію, фільтрувати особистісно корисну інформацію та дистанціюватися від тієї, яка є шкідливою і може загрожувати психічному та соціальному благополуччю людини.

Особистість в умовах інформаційного хаосу та суспільної невизначеності. Соціокультурні дискретні життєвого шляху особистості

Сучасне суспільство характеризується високим рівнем інтенсивності суспільних процесів під які має підлаштовуватися розміреність буття особистості. У роботах теоретиків функціональної організації інформаційного суспільства Д. Белла, В.Л. Іноземцева, У. Ліпмана, Ю. Хаясі, які були проаналізовані нами у попередніх розділах, виокремлюється не лише конструктивний аспект життєдіяльності особистості в умовах інформаційного суспільства. Розробляючи проблему формування образу світу В.О. Моляко зазначає, що «Найстрашніше і ще більш жахливе, тому що швидше за все невідворотно – трапилося: вважаючи себе царем і підкорювачем природи (а у деяких авторів – і усього світу!), людина випустила із останньої, яка була в його розпорядженні, пляшки – чи по дурості, чи за незнанням, чи навмисно – зараз уже не має значення, – найнебезпечнішого свого Джина, хай в даному випадку і в дуже блискучому дамському вбранні – Її Величність Інформацію. Як і з часом стало зрозуміло, ця дама виявилася зовсім не тією, кому присвячували свої сонети Данте і Петрарка, а Блок називав її не Чарівною Незнайомкою, а лише підступною Бабою Ягою, яка завдяки сучасним досягненням макіяжу змогла спокусити багатьох, якщо не усіх...» [222, с.6]. Опиняючись у вирі інформаційного хаосу, який видається занадто принадним та спокусливим, пересічна людина дедалі частіше втрачає відчуття різниці між реальністю та вигадкою. Віртуальний світ живе за своїми законами, які суперечать тим, що визначали соціальну життєдіяльність особистості упродовж цілих поколінь. Чим більше людина занурюється в таємниці Світу, вивчає та дізнається, тим менш захищеною вона відчуває себе у ньому. Ніщо не істинно та все дозволено.

Епоха «інформаційного хаосу» містить безліч пасток та небезпек для пересічної людини. Перша з них пов'язана з небезпекою публічності та необхідності реагувати на суспільне багатоголосся очікувань, трендів, міфів. Цифрова інформаційна мережа, навіть за умови того, що дехто з причин загостреної потреби в усамітненні принципово не є її учасником, викладає реальну історію інтимного життя у світлинах, дописах, коментарях інших персон з якими ми контактуємо. У сучасних умовах досить важко окреслити межі публічності, тому **пересічна людина живе ніби в акваріумі виставкового центру під прищільним наглядом відвідувачів**. Друга небезпека пов'язана з включенням особистості в глобальний контекст життєдіяльності а отже тих проблем, очікуваних небезпек, які оточують особистість збільшується в рази. В умовах суспільної глобалізації проблеми планетарного масштабу починають домінувати над проблемами індивідуального характеру. Життя «десь там» стає більш важливішим ніж «тут і тепер». І якщо проблеми індивідуального характеру у більшості є

цілком розв'язуваними, то психологічним тягарем стає людське **осягнення власної неможливості подолати, чи хоча б контролювати проблеми планетарного характеру**. Третьою небезпекою сучасного інформаційного суспільства є початок великої ідеологічної протидії. Розвести, навіть по віддаленим материковим полюсам, глобальні конгломерати «ми» та «вони» неможливо, нажаль розміри Землі скінченні. Людство прийшло до того, що їх майбутнє співіснування має будуватися за іншими принципами включення (інклюдії) в колективні форми життєдіяльності. Нівелюються традиційні канони територіальної ідентифікації спільноти на рівні держави: расові, етнічні, політичні, релігійні. Світ майбутнього – це світ де кооперація та диференціація відбуватимуться хаотично та підпорядковуватимуться законам групової доцільності. У цих умовах пересічній людині важко відмовитися від віками накопиченої практики сприйняття дійсності. **Моделі сприймання сучасності дисонують з ідеологічними рудиментами минулого**. Хаотизація та невизначеність стають постійним атрибутами життєдіяльності особистості в умовах сучасності. Для пересічного представника суспільства важливим є постійний зв'язок з центром еталонних уявлень, з системою цінностей, які у подальшому стають в основу побудови стратегії світосприйняття особистості. Яким чином буде проходити процес взаємодії з інформаційним контентом, від заперечення до повного включення у вже сформовану модель світу – залежить від того наскільки система цінностей комунікатора співпадає з системою цінностей цільової аудиторії. Питання і проблема полягає у тому а які з цінностей є актуальними, які з них є частиною «я» та групової більшості «ми», які належать «вони». В цих умовах важко визначити, якої оцінки та уваги заслуговує контент, наскільки він є цінним та доцільними у системі картини світу індивіда.

Нестійкість ідентифікації та постійна рольова варіативність не дають пересічній людині сконструювати монументальну картину світу, побудувати стійкий ціннісно-смісловий каркас, який слугуватиме основою індивідуальної та колективної інтерпретації світу. У сучасну інформаційну епоху не можна нічого приймати за основу, за істину, потрібно постійно перевіряти інформацію, уточнювати факти, валідизувати знання. «Хто примножує знання, примножує відчай» (Соломон) з книги «Еклезіаст», що в сучасних умовах транспонується як усвідомлення того, що пізнання світу є нічим іншим, як пізнанням власної некомпетентності, обмеженості, неспроможності достеменно зрозуміти Світ. Єдине до чого може прийти людина – це до визнання того, що ніщо не істинне, усе перебуває у релятивних взаємозв'язках, має безліч інтерпретацій та сприймається у тій мірі (повно чи частково), яка є доступною для людини у певний момент часу.

Епоха інформаційного хаосу породжена безупинним оновленням інформаційного контенту у планетарних та вузько територіальних масштабах. Інформація не просто накопичується – вона самостійно циркулює Світом, змінюючи уявлення про нього та відкриваючи нові небезпеки та можливості. Над сучасною людиною висить не лише загроза втрати

ідентичності під тиском трендів моди: існує цілком реальна можливість опинитися у самісінькому вирі небезпеки «економічної», «юридичної», «політичної», «культурної». Чим більше ми знаємо тим яснішим є розуміння того, що насправді загроза життю знаходиться не десь там, а поряд, власне кожен з пересічних членів суспільства ходить по «лезу ножа». Дехто так і не еволюціонував до життя в умовах суспільної невизначеності та перебуває в умовах інформаційного стресу, витрачаючи значну частину свого життя на аналіз інформаційних індикаторів дійсності з метою збереження більш-менш стійкої картини світу.

Глобалізація суспільних відносин вимагає унормування системи правової регуляції активності особистості в глобальному цифровому співтоваристві (І.М. Доронін) [99]. В іншому випадку ми можемо тримати безглузде протистояння «усіх проти усіх». У цьому плані світове співтовариство намагається виробити спільну систему громадських цінностей, яку визнаватимуть усі учасники глобалізованого середовища. Цінності індустріальної епохи не можуть знайти місце у цифровому світі, зокрема прагнення до накопичення матеріальних благ, нових територій (простору) у вигляді землі, нерухомості, колекціонування цінностей тощо. Цінності сучасного світу базуються на відкритті простору для життєдіяльності, накопиченні знань та досвіду, збільшенні мережі комунікації. Суспільство зараз прямує до утворення колективної системи благ, яку можуть використовувати усі члени суспільства, тому деякі аспекти політики утвердження приватної власності втрачають сенс. Вершиною системи цінностей, як і великою спокусою сучасного суспільства, є визнання верховенства знань, необхідності доступу до них та важливості збереження усього, що знаходить відображення в інформаційній мережі. Важливими стають не лише наукові формули, креслення, висока поезія та інші види мистецтва, які утвердилися як суспільно-цінні зразки високого мистецтва. Предметом інтересу стають приватні фото, не до кінця усвідомлені коментарі та дописи, необґрунтовані інтерпретації та наукові винаходи, які базуються виключно на гіпотетичних припущеннях, яким кишить цифрова мережа. З'являється ще одна фундаментальна істина особистісного пізнання: **«я знаю, що про мене усе знають»**. Сучасній людині важко орієнтуватися на те, якою має бути її образ у сучасному світі і що найстрашніше – яким він має бути у майбутньому. Загроза майбутнього – це основний страх, який панує у суспільних масах, що інтенсивно включені у суспільну інформаційну мережу. Він визначає ступінь індивідуального неприйняття невизначеності.

Аналіз становлення медіапсихології як науково-прикладної галузі М.В. Жижиною свідчить про те, що на початку свого становлення вона мала на меті не гуманну місію захисту людини від агресивного впливу медіа мережі [111]. Тривалий час вона займалася практичними аспектами вивчення оптимальних шляхів впливу на людину, вироблення стратегій маніпулятивного впливу на психіку споживача. На початку 60-х в США в межах медіапсихології були розроблені фундаментальні моделі рекламного

впливу на поведінку споживача (AIDA, ACCA, DAGMAR), які використовувалися і використовуються до цього часу в практиці зв'язків з громадськістю [185]. Основою цих моделей є порушення внутрішнього гомеостазу людини, рівноваги з зовнішнім соціальним середовищем, руйнування внутрішнього стану «Я-ОК». Реклама, кількість якої на сьогоднішній час збільшилася до 1/3 загально-світового медіаконтенту, робить сучасну людину заручником культурних трендів. У ситуації життєвого вибору пересічні люди дедалі частіше усвідомлюють, що вибору, як такого немає, є лише ілюзія свободи волі, вчинку, вектору активності. Система соціальних стосунків будується на основі того, наскільки повно суб'єкт соціальних відносин відповідає очікуванням громадськості, наскільки точно він реагує на стимули середовища, які передаються безкінечною системою нервових волокон медіамережі. У сучасних умовах медіапсихологія перекваліфікувалася на більш гуманну мету збереження психічного здоров'я в медіа середовищі. На думку С. Фішоффа великий прорив у галузі медіа-впливу відбувся після появи телебачення. Аудіо-візуальна інформація є легкою для засвоєння, вона не вимагає надмірного обмірковування та має можливості для формування стійких емоційних переживань (за М.В. Жижиню). Як вважав Г. Мюнстерберг, один із засновників психотехніки, найбільш природний шлях для формування певної реакції на інформацію населення полягає у формуванні сильних емоційних переживань: страху, надії, любові, співпереживання. Інформація, побудована на нерациональному впливі («на впливі емоцій») зустрічається набагато частіше. Такий вид інформаційної продукції спрямований на некритичне сприйняття змісту, сприйняття емоційного фону, утворення певного емоційного ставлення до явища [185]. На думку Г. Мюнстерберга, суть інформаційного процесу ХХ ст. полягає у «прищеплені» суб'єкту чужорідних емоцій, які не відображають особливості його зв'язку з зовнішнім середовищем, а виникають як один з послідовних актів взаємодії з інформацією. До цього часу під час трансляції ток-шоу чи іншої студійної аудіо-візуальної продукції використовуються емоційні суфлери, які вказують, коли і у яких ситуаціях «сміятися», «захоплюватися», «плакати» чи «гніватися». Сьогоднішні засоби масової інформації використовують ефективні методи впливу на свідомість пересічного споживача [145], одним з них є примітивізація змісту. За рахунок медіа пересічні люди, говорячи побутовою мовою, почали «простіше» дивитися на трагедії людського життя, радощі, досягнення, з іншого боку, пересічні люди перебуваючи у постійному емоційному хаосі наразі залишають розгубленими, вони не розуміють коли плакати з приводу смерті близького, як це робити, чи варто це робити. В знаки вдається перебування під постійним наглядом суспільного ока цифрової мережі. Подій, які мали б з огляду культурних норм викликати у людини ХХІ ст. певні емоції, стало настільки багато у нашому житті, що на адекватне їх емоційне переживання не вистачає фізичного ресурсу. Страх невизначеності у сучасному інформаційному суспільстві походить не лише

від усвідомленості майбутнього, його несподіваності, але від того, що минуле та його оцінка громадськістю не дають людині можливості розпорошитися з ним та змушують переживати його знову.

Нами було проведено дослідження взаємозв'язку між показниками толерантності особистості до невизначеності та темпоральними показниками інформаційної активності особистості, особливостями рефлексії дискретності життєвого шляху та особистими вподобаннями певного інформаційного контенту. У якості емпіричного методу вивчення рівня толерантності до невизначеності ми обрали опитувальник О.Г. Луковицької «Шкала толерантності до невизначеності Д. МакЛейна» (1998), розроблений на основі оригінальної шкали толерантності до невизначеності MSTAT-I Д. МакЛейна. У дисертаційному дослідженні О.Г. Луковицька, де був валідизований опитувальник, авторка приходить до висновку, що люди, які мають збагачений культурний досвід, емоційно насичене життя, є більш стійкими до невизначеності. Також було встановлено, що на рівні особистісних рис досліджувані з високим рівнем толерантності до невизначеності мають високі показники по факторам Е (домінантність), Н (сміливість), М (мрійливість), Q1 (радикалізм) за 16-PF Р. Кеттела [200].

У нашому дослідженні взяли участь особи юнацького віку, які попередньо були учасниками дослідження особливостей споживання інформаційних медіа, результати якого викладені у другому розділі. Метою нашого дослідження є вивчення кореляційних зв'язків між показниками тривалості споживання інформації та рівнем толерантності до невизначеності. Опираючись на результати дослідження О.Г. Луковицької, ми передбачаємо, що досліджувані, які тривалий час впродовж доби споживають інформацію з медіазасобів є більш стійкими до ситуацій невизначеності. З іншого боку ті досліджувані, які не споживають інформаційний контент з невідконтрольних державі чи іншим громадським структурам ЗМІ, опікуються проблемами охорони психічного здоров'я, на нашу думку, матимуть низький рівень толерантності до невизначеності.

В основу гіпотези було покладено ідею про шкідливий вплив на психічне благополуччя особистості, інформації, яка поширюється мережею Internet та через цифрові соціальні мережі. Їх особливістю є низька контрольованість поширення змісту та можливість його використання для ведення ідеологічного протистояння, інформаційних воєн міждержавного чи особистісного масштабу. Однією з причин низького рівня толерантності особистості до невизначеності є висока геополітизація інформаційного змісту, усвідомлення пересічною людиною, що частина подій та явищ, які відбуваються поряд (у планетарному масштабі) не є підконтрольними для неї, проте їх наслідки та результати напряму впливають на її особисте життя. Необхідність постійно спостерігати який фінал матимуть події, які відбуваються у нашому житті, психологічно виснажує людину, змушує займатися надлишковою інтелектуальною діяльністю, призводить до емоційного вигорання. Страх майбутнього змушує не просто шукати

додаткову інформацію, – він змушує фіксувати будь-яку інформацію, яка оточує її та здійснювати її пошук самостійно. Таким чином, кількість отриманої інформації буде призводити до дестабілізації внутрішнього світу особистості, до зниження толерантності до невизначеності.

У стрімкому та динамічному світі дестабілізується поняття «майбутнього» та зникає його індивідуальна семантична репрезентація. У загальному, для більшості молоді характерною є низька суб'єкта активність процесів конструювання власного життєвого шляху і майже цілковите покладання на культуру як основного ресурсу для моделювання як концептуальної моделі світу, так і свого місця у ньому. Життєвий шлях особистості – це внутрішнє уявлення про перебіг життєдіяльності, яке базується на зовнішніх очікуваннях культури та на власних уявленнях суб'єкта розвитку про те, якою має бути його процесуальна складова. Суб'єктивне сприймання особистістю власної екзистенційної свободи є лише підтвердженням дії культурних механізмів розвитку, які заздалегідь визначають те «ким ми є і ким можемо бути». На початкових етапах культурно-історичного розвитку суспільства життєвий шлях окремого її члена строго регламентувався, а відхилення від програми розвитку спричиняло суспільні санкції та осуд. Матеріалом для розвитку особистості на всіх етапах вікового розвитку є елементи культури. Внутрішня екзистенція свободи образу «Я», бажання бути активним суб'єктом власного розвитку нашоухується на обмеження культури. Культурне середовище регулює взаємовідносини між його членами, даючи можливість, у певних ситуаціях, вибирати один із варіантів поведінки, чи обмежуючи поведінку, якщо на те є суспільна необхідність. **Пересічні люди вільні те так у своїх діях, як у можливості вибирати серед запропонованих суспільством видів діяльностей ту, яка максимально забезпечує відчуття внутрішньої свободи.**

Засвоївши базові елементи культури, особистість стабілізує свій внутрішній світ, робить життєвий шлях розміреним, прогнозованим, максимально безпечним. Культура пропонує життєву-програму мінімум, яка максимально убезпечена від непередбачуваних ситуацій, проте вона позбавлена варіативності та ресурсів для здійснення суб'єктної активності. Часове сприйняття власного розвитку, його поступальність та векторна спрямованість відбувається у процесі рефлексії дискретності життєвих подій [252]. За умови низької суб'єктної активності особистості, суспільство надає можливість задовольнити потребу сприймання себе у часі в процесі засвоєння певних елементів культури. Наприклад, дискретними точками життєвого періоду, що пов'язаний із засвоєнням професії, є вступ до вузу та отримання диплому про вищу освіту. Якщо індивід бажає проявляти суб'єктну активність у межах соціального середовища, рефлексія життєвого шляху буде наповнена більшою кількістю дискретних елементів, які різнитимуться своєю унікальністю та особистісною значимістю.

Особистість як продукт культурного розвитку аналізує та прогнозує власне життя лише крізь призму набору можливих подій, які дають можливість реалізувати її культурне середовище. Проблема взаємозв'язку між особистістю, простором та часом знаходить вираження в понятті «хронотопу». О.О. Ухтомський використовував поняття хронотопу для опису суперечностей між фізичною величиною часу, яка має плинний, незворотній характер, та його суб'єктивним сприйманням, яке залежить від стану, в якому знаходиться людина, а тому, може бути нерівномірним, фрагментарним та рухатися у «зворотному» напрямку [331].

Нами було проведено дослідження рефлексії дискретності життєвого шляху осіб юнацького віку. Результати досліджень наштовхують на думку про те, чи не намагається суспільство зовнішньо детермінувати ціннісний розвиток особистості шляхом «наштовхування» її членів на низку заздалегідь підготовлених подій? У цьому закладається певна здатність до прогностичності поведінки особистості, її відповідність внутрішнім нормам культури. У межах суспільства така прогностичність є раціональною та перевіреною часом. Вона дає можливість скеровувати індивідуальну активність індивідів у певне русло, опираючись не на зовнішні стимули управління, а на внутрішні ціннісні переконання членів суспільства. Ми виявили, що люди, порівнюючи себе зі схожими значимими особами (мама, вчитель тощо), у межах подібних між собою життєвих подій (перші екзамени, закінчення школи тощо), виділяють майже однакові ціннісні конструкти: ввічливість, наполегливість, порядність тощо [154].

У нашому дослідженні ми спробували виявити вплив культури на дискретність рефлексії життєвого шляху минулого та прогнозування майбутнього. У завдання нашого дослідження не входило встановлення зв'язків між життєвими подіями, аналіз їх смислового та експресивного наповнення. Наше стандартизоване опитування виконувало функцію актуалізації у свідомості основних життєвих подій, які вплинули на розвиток та подальше життя досліджуваних [5]. Вибірка складала 38 осіб юнацького віку. У процесі опитування досліджувані мали відрефлексувати основні значимі події свого життя, які якимось чином вплинули на них та спробувати спрогнозувати ті події, які мають відбутися у майбутньому.

Кількісний аналіз результатів проводився за допомогою методів описової статистики: частотного аналізу та середнього арифметичного. У середньому кожна друга подія відображає індивідуальний досвід досліджуваних та є унікальною за своїм змістом. За результатами частотного аналізу виділених досліджуваними подій ми встановили, що найбільш вживаними та значимими подіями у минулому є «вступ до вузу» (66% досліджуваних), «1 вересня» (35%), «перше кохання» (30%), «закінчення школи» (46%), «власне народження» (33%).

Частотний аналіз подій, які досліджувані виділяли як значимі у майбутньому дозволив визначити, що найбільш значимими подіями є «закінчення вузу» (76% досліджуваних), «шлюб» (61%), «народження дітей»

(43%), «купівля квартири, машини» (23%), «влаштування на роботу» (61%), «професійне зростання» (25%). У середньому кожна 5 з виділених досліджуваними подій є унікальною. Порівняльний аналіз частотних показників рефлексії подій минулого та прогнозування майбутнього дозволив зробити ряд висновків. По-перше, кількість унікальних подій, визначених досліджуваними у минулому, більша, порівняно з подіями майбутнього. Ми можемо припустити, що незважаючи на соціальну детермінацію основних подій життєвого шляху у досліджуваних є тенденція до самостійного поділу життя на дискрети, джерелом якого є унікальний досвід. Сміслові наповнення часто вживаних подій свідчить про культурну детермінацію життєвого шляху. «Перший дзвінок», «випуск зі школи», «перше кохання» – це події, які є дискретними точками основних етапів вікового чи соціального розвитку особистості. У досліджуваних спостерігається тенденція до сегментності у рефлексії життєвих подій, яка проявляється у випадку передбачення позитивного завершення певного життєвого етапу. Досліджувані зазначають «вступ до вузу» та його завершення як значимі події. Це свідчить про цілісну завершеність певного етапу соціального розвитку: здобуття професійного фаху.

Тенденція до сегментності спостерігається лише у випадку, якщо два дискрети, які утворюють життєвий відрізок мають позитивний зміст. Досліджувані зазначають як значиму подію «власне народження», проте жоден з них не прогнозує «власної смерті»; чи, прогнозуючи у майбутньому «одруження», досліджувані як засіб завершення цього життєвого відрізка прогнозують «народження внуків», проте жоден не прогнозує «розлучення» чи «смерті чоловіка (дружини)».

За допомогою соціально-детермінованих подій та їх реалізації культура дає змогу пристосуватися членам суспільства до соціального середовища. Події, які виділяються більшістю досліджуваними є програмою-мінімумом, яку кожен з носіїв культури має виконати. Про рівень розвитку особистості як суб'єкта власного життєвого шляху свідчитиме те, чи залишиться особистість на цьому «мінімумі» чи, використовуючи можливості культури, буде намагатися максимально проявити себе у соціальному середовищі.

Прогнозовані події майбутнього відрізняються від подій минулого меншою різноманітністю. Досліджувані у прогнозі подій майбутнього більш схожі між собою, ніж рефлексією свого минулого. Деяка відмінність у віці досліджуваних дозволила підтвердити факт культурного детермінізму певних подій життя. Досліджувані зазначали як значиму подію минулого та майбутнього «одруження», «перше кохання», «влаштування на роботу». У силу вікового розвитку одні з них залишаються актуальними у майбутньому («одруження»), інші втратили свою актуальність, проте рефлексуються як значимі події минулого.

Досліджувані намагаються наситити подіями певні дискретні етапи свого життя. Наприклад, між «вступом у вуз» та «завершенням вузу» досліджувані виділяють як значимі події «здачу сесії», «захист курсової

роботи», «першу практику», що свідчить про бачення досліджуваними себе у ролі активного суб'єктами під час навчання у вузі. Значимості надають також подіям, які є першими у житті досліджуваних, тобто фіксують результат одержання значимого соціального досвіду. Наприклад, «перше кохання», «перший дзвінок у школі», «перший екзамен», «перший сексуальний досвід», «перший день народження», «перший вірш», «перша картина». У подальшому цим подіям досліджувані не надають дискретного значення, що свідчить про важливість для них саме першості події, а не того змісту, який вона має. Наприклад, досліджувані виділяють як важливі події «перше кохання», «перший вірш», «народження першої дитини», проте не надають значення «другому коханню», «другому віршу» тощо. Рефлексія вікового та соціального розвитку особистості здійснюється в контекстному полі елементів культури (ритуалів, обрядів, свят тощо), які розмежовують життя особистості на цілісні сегменти, початковими та кінцевими точками яких є життєві події. У результаті дослідження ми виділили ряд закономірностей рефлексії життєвого шляху в осіб юнацького віку. Події минулого за своєю унікальністю та змістовим наповненням відрізняються від подій майбутнього, які, у більшості, не відображають унікальний життєвий шлях особистості, а є культурною програмою розвитку людини у суспільстві. Використовуючи елементи культури для дискретного поділу життя, досліджувані використовують життєві події як початкові та кінцеві точки окремих сегментів.

За результатами дослідження ми поділили вибірку на три категорії: 1) особи, які орієнтовані на культурну детермінацію життєвого шляху та осіб, 2) особи, які орієнтовані як на виконання культурної програми так і на додавання власних елементів у життєвий шлях; 3) осіб, які переважно використовують для дискретного поділу життєвого шляху події індивідуального значення та не орієнтовані на події, які пропонує культура. За результатами дослідження за методикою «Шкала толерантності до невизначеності Д. МакЛейна» ми визначили, що досліджувані першої групи мають високий показник толерантності до невизначеності ($\bar{x} = 79$), досліджувані другої групи мають рівень толерантності до невизначеності на рівні ($\bar{x} = 92$), у досліджуваних третьої групи рівень особистісної толерантності до невизначеності знаходиться на рівні ($\bar{x} = 114$). Ми можемо припустити, що досліджувані, які орієнтовані на культурну програму розвитку, є більш впевненими у своєму майбутньому оскільки цілковито покладаються на соціальне середовище у плані конструювання власного життєвого шляху. Натомість, досліджувані, які мають високий потенціал для протидії культурі чи принаймні пропонують власну програму індивідуальної життєдіяльності перебувають в ситуації особистісної невизначеності. Вона призводить до того, що людина намагається реалізувати власну життєву програму в умовах постійної оцінки суспільством її прийнятності в умовах конкретної культури. Це змушує досліджуваних третьої групи постійно вивчати середовище шляхом хаотичного, безсистемного сприйняття

інформації, що створює додаткові навантаження на психіку людини, змушує її постійно вивчати зміни середовища та ставлення зовнішнього світу до неї.

Нами було досліджено взаємозв'язок між тривалістю споживання інформації та особистісною толерантністю до невизначеності. У дослідженні взяли участь особи, які досліджувалися нами у 2016 році за опитувальником «Дослідження форм інформаційної залежності молоді». За результатами нашого дослідження ми визначили, що рівень кореляційного зв'язку між показниками тривалості споживання інформації та рівнем толерантності до невизначеності знаходиться на рівні $\rho=0,29$ (коефіцієнт кореляції Спірмена). Це свідчить про те, що у осіб юнацького віку існує залежність між тривалістю споживання інформації та толерантністю до невизначеності. Спостерігається прямий зв'язок між явищами: часове збільшення тривалості споживання інформації призводить до зменшення показників толерантності до невизначеності, хоча статистичний показник не вказує на сильний прямий зв'язок, а може розцінюватися як наявність певної тенденції.

У межах нашого дослідження ми визначили рівень толерантності до невизначеності у осіб, які споживають інформацію різного змісту. Досліджувані були поділені нами на три категорії, які орієнтовані на споживання інформації певного змісту. *Перша група*: новини в державі, події закордоном, події в регіоні проживання (місто, область). *Друга група*: спорт, наука та освіта, самоосвіта та науково-популярна інформація, мистецтво (музичне, художнє, театральне, тощо). *Третя група*: інформація для вирішення поточних завдань (курс валют, погода, контактна інформація, рецепти страв, інструкції, життєві поради тощо), інформація яка стосується вашого особистого добробуту, соціальні стосунки, взаємодія з іншими. Таким чином ми розмежували досліджуваних та тих, хто орієнтований на споживання інформацію, яка стосується подій в локальному та геополітичному масштабі; осіб, які споживають інформацію з метою саморозвитку і осіб, які у першу чергу використовують інформаційну мережу для налагодження стосунків, інтеракції, вирішення поточних завдань³¹. У кожній групі досліджуваних було 50 осіб, для унормування вибірки та з причин того, що найбільшу кількість цікавили «новини в державі», «самоосвіта та науково-популярна інформація», «соціальні стосунки, взаємодія з іншими», які були представлені нами у кожній з окреслених груп.

За результатами нашого дослідження було виявлено, що найбільшу толерантність до невизначеності мають особи, які відносяться до другої групи досліджуваних (табл. 3.14). У досліджуваних другої групи найнижчий показник тривалості інформації. Ми припускаємо, що досліджувані другої групи споживають більш якісний інформаційний контент тому не витрачають додаткового часу на верифікацію змісту. У досліджуваних третьої групи, порівняно з другою групою, нижчий рівень толерантності до невизначеності, проте вони найбільше часу витрачають на споживання інформаційного

³¹ Змістові області були досліджені нами у другому розділі

контенту. До цієї групи увійшли досліджувані, які активно користуються електронними соціальними мережами та використовують її для спільної інтеракції.

Таблиця 3.14

Рівень толерантності до невизначеності у осіб, які орієнтовані на споживання інформації різного змісту

	Інформаційний зміст, що переважно споживають досліджувані	Рівень толерантності до невизначеності	Середній час споживання інформації	ρ
1	Новини в державі, події закордоном, події в регіоні проживання (місто, область)	113	176 хв.	0,36
2	Спорт, наука та освіта, самоосвіта та науково-популярна інформація, мистецтво (музичне, художнє, театральне, тощо).	65	108 хв.	0,22
3	Інформація для вирішення поточних завдань (курс валют, погода, контактна інформація, рецепти страв, інструкції, життєві поради тощо), інформація яка стосується вашого особистого добробуту, соціальні стосунки, взаємодія з іншими	78	220 хв.	0,25

Найнижчий показник толерантності до невизначеності в осіб першої групи, які споживають інформацію про події, які відбуваються у країні, за кордоном або мають регіональне значення. У них також, порівняно з третьою групою, зберігається високою тривалість споживання інформації. Досліджувані першої групи орієнтовані на споживання інформації з традиційних ЗМІ: телебачення, преса, радіо, Internet-ресурси; досліджувані другої групи споживають інформацію з Internet-ресурсів (не електронні соціальні мережі), друкованої інформації. У межах третьої групи

досліджувані орієнтовані на споживання інформації з електронних соціальних мереж та Internet-ресурсів. Найбільш значний статистичний зв'язок між рівнем толерантності до невизначеності та часом споживання інформації залишається у першій групі, досліджувані якої в основному цікавляться подіями у світі, державі та на локальному рівні. Найменший рівень статистичного зв'язку спостерігається у групі, де орієнтовані на споживання науково-популярної інформації, творів мистецтва або інших видів високої культури.

Життєдіяльність особистості у сучасному інформаційному суспільстві має безліч загроз дестабілізації внутрішнього світу особистості, руйнування її усталеної картини світу. Культура виконує функцію стабілізатора життєвого простору особистості, підтримує цілісність картини світу на індивідуальному та колективному рівнях соціальної життєдіяльності. Вихід за рамки культури, спроби поглиблення варіативності, унікальності картини світу призводить до зниження особистісної толерантності до ситуацій невизначеності, що спричинено низькою аперцепцією майбутнього та необхідністю обробляти велетенські масиви інформації.

Критичність мислення в умовах глобалізації інформаційного середовища. Завдання медіаосвіти та медіапсихології на сучасному етапі розвитку суспільства

За законами екології будь-які зміни зовнішнього середовища призводять до невідворотних змін у морфо-функціональній конституції не тільки окремого індивіда, але й популяції загалом. Стрімкий науково-технічний прогрес призвів до, насамперед, інтелектуального удосконалення людини. За результатами досліджень Д.І. Фельдштейна, пересічні люди у ХХІ ст., які мають посередній рівень IQ, не включені у високоінтелектуальні види діяльності – виглядають геніями на фоні інтелектуальної еліти попередніх поколінь. «Порівняльні дослідження переконують в тому, що кожен п'ять років IQ дитини збільшується приблизно на один бал, що свідчить про надзвичайно швидкий темп психічної еволюції. За наявними даними, від п'ятдесяти до п'ятдесяти п'яти відсотків дітей старшого дошкільного та молодшого шкільного віку у великих містах Росії мають сьогодні IQ 115 балів і вище. Збільшується категорія обдарованих дітей, причому мова йде не про незвичайну когорту дітей-месій чи, так званих, дітей-індіго, **а про всю популяцію сучасних дітей** та глибинні зміни їх сприйняття, уваги, пам'яті, свідомості, мислення, характеру, орієнтацій та інших характеристик» [336, с.5]. Це результати постійної та стрімкої інформатизації суспільства й надміру швидкої адаптації до його благ молодого покоління, яке першим включилося у процес глобальної інтеграції знань та нового досвіду. У сучасних дітей зник страх нового та прогресує потяг до пошуку, знання накопичуються у довільному порядку, для цього уже не потрібні класичні інститути освітньої соціалізації. **Internet-середовище стає новим храмом істини та правди, воно пропонує альтернативну, неформальну форму передачі суспільного досвіду.**

Поява перших засобів масової інформації була ініційована суспільною необхідністю до однорідного (подібного за змістом) поширення інформаційного контенту. З метою формування однакового ставлення до світу та уявлення про його властивості, держава як колективний суб'єкт суспільних відносин, мала створити певну систему поширення інформації. Поява «всесвітньої павутини» у ХХ ст. започаткувала цифрову інформаційну епоху, яка ввела на ринок інформаційних послуг нового сильного гравця, левова частка якого, у процесі інформаційної діяльності суспільства, постійно збільшується. Цифрова інформаційна мережа дає можливість людині самостійно шукати та аналізувати інформацію, причому уявлення про світ та останні події у ньому вона отримує не через декілька телеканалів чи періодичних видань, обмежених редакційною політикою групи осіб, а з різних джерел, які функціонують незалежно одне від одного. З одного боку, це має налаштовувати пересічних громадян до аналітичної діяльності та критичного споживання інформації, проте більшість результатів досліджень

свідчать про масовий регрес цієї форми розумової активності (Т.С. Воропай, С. Терно, А.В. Тягло) [323, 314]. У роботі Е. де Боно «Я правий – ви помиляєтеся» (вид. 2006), «критичне мислення» у сучасній його інтерпретації вважається малопродуктивною формою інтелектуальної діяльності, а «тенденція навчати дітей лише критичного мислення гідна подиву в плані своєї середньовічної відсталості» [43, с.25]. Традиція, яка бере свої витоки з древньогрецької культури, у всьому сумніватися та шукати «прогалини» була елементом наукової культури до інформаційного суспільства. Навчання критичному мисленню відбувалося поряд з навчанням творчості, лише у такому поєднанні воно має сенс, в іншому випадку воно є безглуздом, адже правильно відсіювати зайве може лише людина, яка розуміє внутрішню логіку процесу створення нового (Г. Ліндсей) [195]. У процесі споживання інформації постає питання: наскільки важливим є критичне переосмислення, наприклад, поточних новин, які зазвичай переглядають зранку: прогноз погоди, курс національної валюти, регіональні новини чи новини культури. Чи має пересічна людина витратити інтелектуальний та часовий потенціал для критичного аналізу тієї кількості інформації, яку вона споживає, якщо вона не є її суб'єктом (автором)? Отримуючи з традиційних джерел інформацію, пересічні громадяни очікують і на певну їх інтерпретацію, аналіз, певні рекомендації. Наприклад, чуючи по радіо, що після обіду буде дощ пересічні люди звикли до того, що їм обов'язково нагадають про те, що необхідно взяти парасольку, бути уважним за кермом, одягнути теплий одяг та водозахисне взуття. Критика такої інформації з боку пересічного споживача є абсурдною, відволікання на аналіз того: «чому буде дощ?», «на підставі чого робиться такий умовисновок?», може ставити собі лише метеоролог, який повідомив цю інформацію журналістам радіо; пересічні споживачі інформації мають отримувати такий контент у готовому вигляді, не піддаючи сумніву його істинність. Отже, зниження критичності мислення – це не зниження інтелектуального потенціалу особистості чи людства загалом, існують знання, які мають аксіоматичний зміст та не піддаються критиці. М. Ліпман вважає, що критичне мислення, у сучасному сенсі – це спосіб встановлення зв'язків між окремими блоками інформації [409]. Накопичення інформації, особливо її засвоєння у первозданному вигляді, стає непродуктивним. Релятивність стає нормою життя, що знецінює знання як такі і виводить на перший план «знання які приносять знання». У педагогічній практиці, «критичне мислення» може зустрічати таку інтерпретацію: спосіб отримання нових знань на основі переосмислення та аналізу вже існуючого досвіду [347]. М. Ліпман, як і Е. де Боно, наголошує на необхідності творчості у процесі критичної обробки інформації. Критичне мислення вищого рівня полягає у здатності бути «автором» (у ролі автора) певних знань, розуміти їх природу, логіку та структурну організацію.

Автор концепції критичного мислення, професор Колумбійського університету М. Ліпман, вбачав необхідність масового освоєння технології наукового пізнання з розрахунку на те, що знання, як такі, у чистому вигляді

є не ефективними та потребують постійного оновлення [197]. Завдання освіти країн, які є членами інформаційного суспільства, полягають не лише у передачі знань, а розвитку життєвої мудрості та здатності до розмірковування. Психолого-педагогічна концепція формування критичного мислення базується на використанні ряду мислительних процесів, які допомагають особистості аналізувати факти, оцінювати їх з точки зору колективної та індивідуальної системи цінностей. У межах його концепції критичність мислення є результатом цілеспрямованого процесу виховання та може бути сформована у середовищі, яке збагачене позитивним ціннісним досвідом ставлення до явищ об'єктивної дійсності. Виховання, у цьому сенсі, є процесом, який у першу чергу формує ціннісну систему координат, з іншого боку – вчить особистість орієнтуватися у ній. Ставлення до предметів та явищ об'єктивної дійсності є результатом взаємодії об'єктивного змісту з системою колективних цінностей, яка у результаті виховного процесу, є повністю інтеріорізованою та не піддається сумніву з боку суб'єкта пізнання. Суб'єктивуючи оточуючий світ, пересічна людина пропускає певні знання та інформацію через внутрішні ціннісні фільтри, які працюють як моральні установки та не допускають в індивідуальну свідомість знання, які шкодять цілісності монументальної картини світу. У цьому плані, творчість як спосіб пошуку нового та оригінального, а отже, механізм постійної реконструкції оточуючого світу, може привести індивіда та суспільство до «невідомо чого», а отже є небезпечною у плані збереження суспільної розміреності та світоглядної стійкості її членів у сприйнятті спільної реальності. Освіта на сучасному етапі ставить перед собою завдання – навчити дитину стратегій свідомої оцінки фактів, пошуку знань та їх синтезу для вирішення поточних життєвих завдань (О.В. Кочерга) [174]. В умовах тоталітарного режиму управління або у тих соціальних системах, де демократія є декларованою, критичність мислення зводиться до безпечеліційного прийняття фактів та їх інтерпретації очільниками системи³². У демократичному суспільстві зберігається можливість для налагодження суспільного діалогу, хоча, якщо дотримуватися канонів давньогрецької демократії – право на «діалог» мали обмежене коло інтелектуальної еліти. На думку К. Поппера, пошук істини це процес, який іде по колу, а саме питання істинності залишається примарним, бо ніщо не істинне [257]. **Цінність знань є надміру перебільшеною, бо знання, навіть наукові, далекі від істини, тому що до них, так чи інакше, доклала руку людина.** Іншою проблемою сучасності та загроз критичності пізнання світу є релятивність знань, а отже, постійне, невпинне оновлення контенту. Освіта, яка дає знання у чистому вигляді – дає «рибу», що не зможе по-справжньому ефективно адаптувати людину до сучасного оточуючого світу; потрібно давати «вудку» – вчити здобувати знання самостійно, вчити орієнтуватися у світі інформації. У

³² З точки зору одного з героїв «Колгоспу тварин» Дж. Оруела: якщо товариш Наполеон так каже – то так мусить бути.

філософії П. Фрейре, завдання освіти не накопичувати знання, а відкривати до них доступ, розвивати потенціал можливостей особистісного осягнення. Його можна назвати засновником «проблемного» підходу до організації освітнього процесу, який наразі активно використовується в освітніх системах розвинених країн [395]. Результатом навчання, на його думку, має бути усвідомленість фактів та знань, які і є основним результатом дії критичності мислення. У сучасному світі не має готових рішень для вирішення складних завдань, культура розрослася до масштабів велетенського інформаційного шару, який «тріщить по швам» суперечностей та суспільних антагоністів. Сучасна людина повинна самотійно шукати моделі розв'язку завдань, які трапляються на її шляху, та, відповідно, – нести відповідальність, у першу чергу, перед світом за результати їх розв'язання. Знання не можуть мати абсолютної колективної цінності – лише індивідуальну, яка породжується їх адаптивною доцільністю, для вирішення складних життєвих завдань [396]. Схоластична система освіти вижила себе і не може надалі існувати як єдино можлива модель передачі суспільного досвіду, адже адаптивна доцільність знань для одних членів суспільства (одного) може обернутися цілковитим руйнуванням життєвого світу для інших (іншого). Навіть елементи культури, які вважалися стовпами світової моралі, переживають себе та вимагають значної ревізії. Для сучасної людини важливим є усвідомлення того, що вона робить, та того, що з нею відбувається, а, отже, навіть вікові релігійні догми «не вкради», «не вбий» тощо, не діють безапеляційно та потребують внутрішнього пояснення – «а чому так?». В умовах інформаційного суспільства важливо знаходити внутрішнє пояснення того, що з нею відбувалося, відбувається та буде відбуватися у власній картині світу та власній системі цінностей. На нашу думку, суть індивідуального та суспільного прогресу зводиться до пошуку цінностей та руху у напрямку їх з метою збереження та утвердження.

З точки зору критичності мислення, цінності розглядаються нами як інструменти індивідуальної оцінки знань та їх можливості імплементації у суспільній життєдіяльності. Вони допомагають здійснити аналіз знань з точки зору їх суспільної корисності, моральної відповідності та духовності. Оскільки більшість пересічних осіб є носіями приблизно однакового набору суспільних цінностей, які створюють спільну площину для аналізу подій, фактів, явищ, з точки зору їх «доброті», «порядності», «щирості» тощо. За результатами нашого кандидатського дисертаційного дослідження, яке було захищено у 2014 році, нами було виявлено, що незважаючи на рівень творчого потенціалу, який ми брали за основу диференційного порівняння розвитку здібностей, блок моральнісних цінностей складають однакові за семантичними значеннями конструкти: «добрий», «порядний», «чесний», «мужній», які мають біполярну структуру³³ [151]. Якщо конструкти, які

³³ Дослідження проводилося за «Методикою моделювання ціннісної свідомості» О.Л. Музики (2005)

стосувалися діяльнісної сфери людини та її суб'єктно-ціннісного ядра, були виключно монополярні за результатами факторизації оціночних конструктів – моральнісні цінності мали біполярний полюс. З цих позицій критичність мислення не є результатом когнітивного розвитку людини та культурного потенціалу суспільства загалом, а – безапеляційного, аксіоматичного засвоєння елементів культури, які діють як неусвідомлювані настанови до сприйняття та оцінки об'єктивної дійсності. Цінності індивідуальної свідомості задають пріоритети сприйняття інформаційного контенту, направляють інтелектуальну активність індивіда у певному руслі, яке має об'єктивну важливість для індивідуального та суспільного блага. Цінність інформації може залежати від її актуальності (ситуативна цінність), проте не отождоюється з нею. По-перше, цінність обумовлюється суб'єктивним досвідом індивіда або колективними переживаннями, по-друге, вона ж впливає на не менш важливу властивість інформації: довіру до неї. Довіра у цьому випадку є необхідною умовою ефективної діяльності медіа-засобів: їх авторитетність формує серед представників цільової аудиторії сприятливі умови для подальшого сприйняття інформації. Одна і та ж за змістом інформація може викликати різні уявлення у цільовій аудиторії, у залежності від виду каналу інформації, з якого її отримали. Цінності індивідуальної та колективної свідомості породжують вибірковість сприйняття інформації. Ф. Клакхон та Ф. Стродбек розглядали їх, у першу чергу, як конкретизацію вибору з безмежного числа можливостей, які дає культура [202]. Цінною може бути як об'єктивна інформація, так і суб'єктивні переживання людини, прикладом чого може бути у першому випадку – графічна модель літака, статистичні звіти, описи історичних фактів, так і для другого випадку – любовні переживання митця, викладені у його поезіях, картинах, музиці (В.О. Моляко) [221]. На рівні життєвого досвіду цінною є та інформація, яка попри суб'єктивні кордони психіки та критичність сприйняття, залишається у свідомості людини, регулює її поведінку та встановлює окремі правила «життєвої гри» як для самого індивіда, так і тих суб'єктів, які знаходяться у його життєвому просторі. З позицій суб'єктно-ціннісного аналізу О.Л. Музики, досвід це не те, що було, а те, що залишилося; що пройшовши оцінку адаптивної ефективності, викристалізувалося до рівня життєвої стратегії, поведінкової тактики [230]. Спірним залишається питання «меж дозволів культури» або того, яку ж насправді роль вона виконує у процесі формування суспільного світосприйняття: дозволів чи заборон. **Критичність мислення, з точки зору сучасності та реального стану кон'юнктури геополітичних процесів зводиться до здатності індивіда керуватися певними настановами оцінки нескінченного масиву інформації, яку він щоденно сприймає з каналів ЗМІ.** Орієнтуючись на суспільну систему цінностей особистість визначає цінність інформаційного контенту та виражає певне ставлення до неї: схвалення, осуд, підтримка, захоплення тощо. У свої вчинках, якщо аналізувати акти соціальної активності, пересічні люди залишаються не творцями сьогодення, а його виконавцями (здійснювачами),

рідко розуміючи реальну логіку причинно-наслідкових зв'язків між фактами та їх наслідками у контексті суспільної життєдіяльності. Від пересічної людини не очікують, що вона зможе об'єктивно та цілісно переробити вхідну інформацію у вигляді знеособлених та без оціночного ставлення фактів, цю функцію на себе бере державний апарат управління. М.А. Ноттурно вважає, що проблемою сучасності є постійна необхідність людини у зверненні до зовнішніх авторитетів, з метою підказки у оцінці фактів [324]. Таку тенденцію можна назвати загрозою індивідуальності, втратою самостійності у прийнятті рішення, проте вона призвела до того, що людина відчула власну «авторитетність» у прийнятті певних рішень та зміцнилася у своїх позиціях щодо власної компетентності оцінювати інформацію, яка потрапляє до неї з медіа мережі.

У сучасному українському суспільстві, після подій на Майдані Незалежності у грудні 2013-березні 2014 року, «критичне мислення» розцінюється і використовується як технологія формування суспільної довіри до умовно «своїх» каналів інформації та «критичної недовіри» до інформаційного контенту, створеного у ворожому середовищі. Критичність без творчості може спровокувати безглузде табування, інформаційну сегрегацію та культурну ізоляцію. У чітко диференційованому інформаційному просторі, у результаті будь-якого виду суспільного протистояння (військового, культурного, економічного тощо) критика є формою поляризації та відстоювання цілісності групової більшості «ми».

Сучасне українське суспільство має складну та розгалужену систему інформаційних зв'язків, які прискорюють процеси соціальної взаємодії та формують певну систему уявлень у пересічних громадян про оточуючу дійсність. Характерним є те, що не всі елементи зовнішнього середовища, у тому числі соціальні групи, знаходяться у межах нашого особистісного світосприйняття, більшість уявлень про світ формуються на основі суспільного досвіду, який є узагальненим ставленням більшості до певних явищ об'єктивної дійсності. Соціально-прийнятні моделі сприймання поширюються за допомогою засобів масової інформації, які виконують у суспільстві функцію уніфікації уявлень більшості про щось, та транслують їх у вигляді окремих образів, які інтегруються в індивідуальну свідомість пересічних громадян.

В силу критичної кількості інформації, яка заповнила інформаційний простір України, пересічних членів суспільства переслідує «привид компетентності» у більшості питань, які виносяться на громадське обговорення. Виражаючи певне ставлення, особистість інтегрує знання, які вона оцінює (схвалює, підтримує, засуджує, критикує), у власну картину світу. Громадська думка – це не продукт інтелектуальної діяльності колективного суб'єкта соціальних відносин, а ставлення до певної інформації, яке відображається у специфічному ставленні до нього з боку референтів думки та популяризації його для більшості. Виражаючи своє

ставлення до знань – ми у першу чергу визнаємо сам факт існування цих знань, що може не відображати об'єктивної дійсності.

Для підтвердження цієї гіпотези ми провели дослідження: сконструювали опитувальник, який містив десять вигаданих фактів. Питання стосувалися оцінки політичної діяльності, міжнародних відносин, освіти та охорони здоров'я в Україні. Дослідження проводилося у 2018 році на базі Житомирського державного університету імені Івана Франка, участь у ньому взяли 200 осіб юнацького віку (студенти 2-4 курсів).

Опитувальник містив варіанти тверджень, що стосувалися певної оцінки факту:

- 1) варіант «а» – абсолютне схвалення судження;
- 2) варіант «б» – підтримка і доповнення судження (імітація особистісної співучасті у розробці судження);
- 3) варіант «в» – сумніви у власній компетентності оцінювати інформаційний контент (факт, судження);
- 4) варіант «г» – відмова оцінювати судження.

За результатами нашого дослідження було виявлено, що 30,5% суджень знайшли цілковиту підтримку серед досліджуваних і вони погоджуються з ними. Підтримують, проте мають доповнення 23 % досліджуваних, 31% досліджуваних вагаються, щодо ефективності заходів, які пропонуються у межах судження, та 15,5% досліджуваних важко відповісти на питання (табл.3.9.).

Таблиця 3.9

Відсотковий розподіл громадського ставлення до інформаційного змісту
серед осіб юнацького віку

Варіанти особистісного ставлення до інформаційного змісту	% від загальної кількості опитаних
Абсолютне схвалення судження	30,5%
Підтримка і доповнення судження (імітація особистісної співучасті у розробці судження)	23%
Сумніви у власній компетентності оцінювати інформаційний контент (факт, судження)	31%
Відмова оцінювати судження	15,5%

Сучасну епоху переслідує привид «компетентності» у більшості галузей, які стають предметом суспільного обговорення. Вона проявляється у тому, що суб'єкт з певною мірою внутрішньої впевненості виражає особистісне біполярне ставлення до інформації у формі «так» або «ні». Для підкріплення інформаційного змісту та полегшення його інтеграції в індивідуальну картину світу особистості, мусить бути якесь знеособлене пояснення того «чому так або чому ні» відносно окремого явища, яке знаходиться в полі її сприйняття. Для більшості ситуацій соціального пізнання характерною є

певна міра допустимої публічності. Те, що відбувається у зовнішньому середовищі, мусить певною мірою знаходити відображення в індивідуальній свідомості людини на рівні знань та суджень чи принаймні внутрішньої причетності до змісту повідомлення. Формується стійке уявлення: «якщо я це бачу та чую, значить воно дійсно має важливість для мене». Ігнорування інформації може розглядатися, на побутовому рівні, як втрата можливості, ресурсів та певна загроза майбутньому.

Опираючись на отримані нами результати дослідження 84,5% опитаних осіб вважають, що можуть виражати будь-яке ставлення до інформації, яке не стосується їх безпосередньої компетенції, ми встановили, що пересічні члени інформаційного суспільства відчують внутрішню особистісну дотичність до світу та готові оцінювати його, виражаючи певне ставлення на основі критичного умовисновку. Переповнена уривками інформації свідомість особистості, в хаотичному, безсистемному порядку вибудовує образи, що у повній мірі чи частково інтерпретує Світ у його глобальних масштабах. Сучасні тренди в культурі свідчать про те, що жити осторонь проблем світу неможливо, як і неможливо зберегти цілковиту незалежність поглядів та ставлення до оточуючої дійсності. У своїх пошуках істини, пересічна людина дійшла до етапу встановлення внутрішньої впевненості в істинності власних суджень або привнесених зовні, яка підкріплюється інформаційними інтервенціями ЗМІ. Включаючись у процес оцінки інформації, пересічна особистість потрапляє у пастку співучасті у певному процесі або співвідповідальності за отримані результати. До ідеї, яка виноситься на публічне обговорення, уже існує певне ставлення, що розповсюджується через суспільні ЗМІ, а, отже, існує зацікавленість у питаннях, які спеціально популяризуються з метою впровадження на рівні масової свідомості певної картини світу чи доповнення уже існуючої. Американський філософ Д. Дьюї вважав, що інформація є «сировиною», яку пересічна людина використовує для побудови раціональних та критичних суджень, але за однією умовою: вона має бути занурена у справу чи ситуацію з приводу якої вона виражає це судження. Критичність мислення в умовах заочного споглядання за явища, чи констатація факту, як результат його оцінки іншими суб'єктами неможлива [103; 104]. Відповідні зауваження, щодо істинної природи феномену критичного мислення має П. Фрейре. Відправною точкою критичної оцінки інформаційного змісту є прецедент (підстава) для включення у процес інтелектуальної оцінки: це може бути життєвий привід, професійний, соціально-досвідний. Підстава для генерації оціночного ставлення також важлива на етапі прийняття рішення, яке обов'язково пов'язане з життєвим контекстом особистості [340]. Однією з помилкових стратегій критичного мислення П. Фрейре називав відсутність достатньої аргументації суджень та взагалі відмову від них. Для більшості прийняття певних рішень перетворилося на схиляння до готового зовнішнього судження, яке через певний час перетворюється на внутрішнє. Замість аргументів та фактів для прийняття рішення пересічна людина використовує

чутки, авторитетні узагальнення, уривки змісту, експресії, які далекі від істинності. Проблемаю залишається відчуття меж власної компетентності критичної переробки інформаційного змісту, рефлексії наявності особистісних ресурсів у першу чергу для інтелектуальної оцінки інформації. На зміну **знанням приходять емоції**, які формують враження про об'єкт пізнання та детермінують утворення відповідного образу в картині світу пересічної людини. П. Круте до однієї з функцій критичного мислення відносив **здатність людини сумніватися** у правильності внутрішнього відображення того, з чим вона взаємодіє [407]. Істотною властивістю критичного мислення в епоху інформатизації має бути утворення внутрішніх механізмів самообмеження втручання в аналіз інформації, на основі детальної рефлексії власної компетентності у окремій галузі та особистісної неупередженості до адресата мовлення. Сильні емоційні переживання, які виникають по відношенню до комунікатора, можуть зайняти домінуючу позицію і у ставленні до змісту, що призведе до «гегелівської» дилеми про неприпустимість домінування форми над змістом. Значна частина інформації, яка циркулює в глобальній інформаційній мережі, має низьку якість та суспільну цінність. Орієнтація на зовнішню форму інформаційного контенту змушує відволікатися від тих речей, які варті уваги. Практика суспільного світосприйняття свідчить про втрату культури споживання інформації: нівелювання деталей, нюансів, відсутність аналізу причинно-наслідкових зв'язків між змістовими блоками. Здебільшого, що прослідковується у проведених нами раніше дослідженнях, пересічні люди вихоплюють найбільш експресивні та легкі за семантичною формою, змістові блоки, які у подальшому формують внутрішнє уявлення особистості про світ [148]. Ці особливості когнітивно-перцептивного сприйняття світу не пов'язані з інтелектуальними чи іншими особистісними ресурсами особистості. Втрата «прискіпливості» до інформаційного змісту зумовлена особливостями суспільної життєдіяльності країн, які живуть за законами інформаційного суспільства. У роботі Р.Ф. Абдеева «Філософія інформаційної цивілізації» відображено принципову модель сучасної інформаційної мережі. Функції першої ланки полягають в абсорбції абсолютно усієї інформації, яка продукується людьми (цілеспрямовано та у довільному порядку). Головне завдання – не впустити жодної деталі та максимально повно записати інформаційний зміст. Оскільки умови життєдіяльності особистості є мінливими, цінність інформаційного змісту може змінюватися відповідно до зміни соціальної кон'юнктури середовища та пріоритетів діяльності. Друга ланка інформаційної мережі, «мале коло», працює як очисний інформаційний фільтр. Багато контенту у мережі дублюється, не має змісту або логіки, велика частка відображає неправдиві, хибні судження. Частина інформації є незрозумілою для загалу або призводить до неоднозначного сприйняття об'єктивної дійсності. Також небезпеку становить інформація, яка викликає сильні емоційні реакції або нетипові емоції, яка може призвести до масової паніки. На думку Р.Ф.

Абдеева, кількість такого контенту щорічно зростає і його небезпека у тому, що він є не контрольованим та може просочуватися до кластеру знань, які мають суспільну цінність. «Семантичні фільтри», які встановлюються державою, на його думку необхідні для полегшення координації людини у суспільному просторі, організації безпечного простору. Розуміючи, що більшість членів соціокультурного осередку не має можливості до критичного світосприйняття, держава мусить давати не лише зміст але і його адекватне пояснення, готове рішення або загально прийнятне ставлення. Без них важко спрогнозувати реакцію громадськості на будь-що, неможливим стане спрямування вектору суспільної активності.

Громадська думка розглядається нами, як реакція «схвалення» чи «осуду» тієї інформації, яка була оприлюднена у суспільній інформаційній мережі. Іноді у полі громадської думки обговорюються питання, які, у межах індивідуальної життєвої площини, не стосуються особистого блага окремо взятого її члена. Це підтверджує тезу про те, що народжуються вони не у лоні колективного свідомого, а у процесі розумової діяльності окремої людини чи обмеженого кола осіб, які уміло «озвучують те, чим має жити народ». Вона є усередненою та схвалюваною точкою зору усіх її членів на будь-яку проблему, яка має місце у суспільному житті (Д.В. Ольшанський, Л.Н. Федотова, Є.Б. Тихомирова) [335; 317; 242]. Поняття, у сучасному його розумінні, вперше використано наприкінці XIX ст. у роботі французького соціолога Ж.-Г. Тарда «Суспільна думка та натовп» [309]. Громадськість розглядається ним як сукупність людей, які споживають одну і ту ж інформацію і виробляють, у більшості випадків, подібну думку та ставлення громади чи групи людей, засноване на прийнятті (чи запереченні) певної об'єктивної реальності, яка сприймається та розуміється її учасниками однаковим чином. Вона є для суспільства чимось таким, що вдихає у натовп певний порядок, структурує його та організовує у певному напрямку.

Включення людини у певну оціночну діяльність вже схиляє до прийняття певної ідеї як такої, що має індивідуальну та соціальну значимість. У її основі лежить **«презумпція вибору»**, вона поширюється як така, що повинна і буде реалізована у суспільстві за будь-яких умов (тобто вона уже обрана). Проте, задля підтримки на рівні масової свідомості відчуття співучасті у тому, що відбувається навколо та безпосередньо з кожним учасником окремого соціокультурного чи територіального осередку, – у процес аналізу та оцінки інформації включається варіативна складова (елементи вибору), яка виноситься на розгляд суспільства. Потрапляючи у пастку оціночного ставлення, пересічні громадяни залучаються, на рівні активного суспільного схвалення, до їх імплементації у власному житті. Основна умова, яку необхідно виконати для того, щоб певна ідея знайшла відображення у масовій картині світу пересічних громадян – залучення громадян до колективної діяльності, яка у цифровому віртуальному середовищі, може здійснюватися за допомогою «лайків», «репостів», «коментарів» та «дописів».

Суспільство на сучасному етапі свого функціонування відчуло необхідність цілеспрямованої підготовки людини до життєдіяльності в інформаційному просторі. У середині ХХ ст. у психології та педагогіці Європейських країн з'являється новий напрямок прикладної та наукової діяльності – «медіаосвіта» (media education) [333]. За визначенням українського педагогічного словника «медіаосвіта – напрям у педагогіці, представники якого виступають за вивчення школярами закономірностей масової комунікації (преси, телебачення, радіо, кіно тощо). Основними завданнями медіа-освіти є підготовка нового покоління до життя в сучасних інформаційних умовах, до сприйняття і розуміння різної інформації, усвідомлення наслідків її впливу на психіку тощо (С. Гончаренко «Український педагогічний словник» (1997)).

Її основні функції були пов'язані із розвитком у школярів та студентів критичності мислення у процесі споживання інформаційної продукції особливо дидактичного змісту. У більшості країн Європейського союзу основи медіаосвіти включені у програму навчальних дисциплін загальноосвітніх шкіл та вищих навчальних закладів. Поступово медіаосвіта починає з'являтися у країнах СРСР та інших соціалістичних республіках Східної Європи (О.В. Федоров) [332]. З метою протидії «західній пропаганді» капіталізму, створюється спеціальна система медіа-культурних об'єднань, до якої входять представники творчої інтелігенції, науковці та видатні громадські діячі. На початку свого утворення медіаосвіта мала на меті навчити людину ідентифікувати джерело інформації у континуумі «ми та вони». Її впровадження було пов'язане, на думку О.В. Федорова, з початком глобального ідеологічного протистояння на фоні перерозподілу сфер впливу після Другої Світової Війни. Згодом були визначені продуктивні завдання цієї науково-прикладної галузі психології та педагогіки, які у першу чергу пов'язувалися з розвитком здатності особистості здійснювати пошук інформації, визначати її цінність та джерело походження, умінями створювати інформаційний контент та транслувати його.

Перші навчальні програми з медіаосвіти були запропоновані М. МакЛюеном в середині ХХ ст., які були запроваджені в навчальний процес університетів Канади [87]. Вперше поняття було вжито в офіційних документах ЮНЕСКО у 1973 році на нараді з радіо та телебачення. В офіційних документах вказується на необхідність підготовки пересічного члена суспільства до взаємодії з інформаційним простором, удосконаленням комунікативних навичок. У той же час постає проблема мультикультуральності простору, а отже дилема, яким чином можна діяти порозуміння у світі, який експлікує транскультурні цінності. Відомий дослідник проблем медіаосвіти Л. Мастерман приходить до висновку, що сучасний світ містить безліч небезпек, перед якими пересічна людина залишається беззахисною [412]. «На жаль, медіа відповідним чином не відреагували на збільшення відповідальності, їхні матеріали часто не перевіряються належним чином, містять елементи маніпуляції та підтасовок.

У цих умовах медіаосвіта є шляхом до того, щоб озброїти людину можливістю самозахисту від недобросовісної медіаінформації» [210, с.5]. На думку Л. Мастермана сучасна медіаосвіта покликана сформувати у пересічної людини чотири ключові уміння: уміння розпізнавати авторство текстів та бути автором власного контенту (репрезентувати себе у тексті); уміння здійснювати інформаційний вплив за допомогою медіаконтенту, досягати поставлених цілей; уміння адекватно сприймати оточуюче середовище через медіазасоби, конструювати реалістичну картину світу; уміння визначати межі власної компетентності в оцінці та аналізі медіаконтенту [411]. Одним з аспектів впровадження медіаосвіти в сучасних закладах освіти є формування медіа грамотності (media literacy). Медіаосвіта пов'язана з пізнанням того як створюються і розповсюджуються медіатексти, а також з розвитком когнітивних здібностей для інтерпретації та оцінки їх змісту (А.В. Федоров) [334]. Критичність мислення передбачає не тільки уміння аналізувати та інтерпретувати зміст повідомлення, але й рефлексувати **межі власної компетентності у процесі оцінки тексту (або іншої інформації)**. Як би це не виглядало антипедагогічно: навчити переважну більшість людей розуміти глибинний, вихідний зміст інформації – неможливо, а от навчити «розуміти власне нерозуміння», або «розуміти межі свого розуміння» – завдання абсолютно реальні не тільки для медіапсихології, але й для класичної педагогіки, яка формує регуляційні механізми активності індивіда на основі вироблення умінь «стримування» та «самозагальмовування» у певних ситуаціях.

У певний момент абсолютна не дозованість у поживанні інформації, особливо медійного контенту, який є результатом творчого переосмислення дійсності, призвели до розвитку деформованої картини світу, яка в умовах накладання її на умови реальності, призводить до формування психотичних реакцій. **Конфлікт з дійсністю переростає у відмову від неї та втечу у віртуальний світ.** Відмова жити в реальності відбувається як результат втрати орієнтирів, відчуття реальності, підміни законами віртуального, цифрового середовища, закономірностей, які функціонують у реальному світі.

На сучасному етапі розвитку медіаосвіти перед нею ставлять декілька завдань:

- 1) критичний аналіз медіаконтенту та навички його створення;
- 2) визначати походження медіаконтенту, аналізувати його культурний, соціальний, політичний контексти;
- 3) інтерпретувати медіатексти, визначати їх соціальну цінність та прикладну значущість;
- 4) уміти використовувати інформаційні мережі для популяризації власної ідеї;
- 5) вільне володіння засобами комунікації, інформаційними системами та засобами телекомунікаційного зв'язку;

б) знання універсальних мов кодування та передачі інформації, розвиток комунікативних навичок [210].

В українському суспільстві, на думку Л.А. Найдюнової, яка є однією з основоположниць впровадження медіапсихології в Україні, необхідність впровадження цієї прикладної галузі знань полягає в тому, що після років тоталітарного контролю медіа, а отже й інформаційного контенту, наше суспільство було шоковане медійною всюдозволеністю та не напружувало необхідного потенціалу протидії негативному, руйнуючому впливу ЗМІ та цифрової мережі Internet [234]. Під її керівництвом відбувалося впровадження програм з медіапсихології в освітній процес загально-освітніх закладів. Розроблена, під керівництвом Л.А. Найдюнової, програма «Медіакультура», для учнів 9-11 класів, спрямована на розвиток кіберкультури, аудіовізуальної та інформаційної культури [209]. 21 квітня 2016 року НАПН України було схвалено нову редакцію Концепції впровадження медіаосвіти в Україні. «Головною метою Концепції є сприяння розбудові в Україні ефективної системи медіаосвіти, що має стати фундаментом гуманітарної безпеки держави, розвитку і консолідації громадянського суспільства, протидії зовнішній інформаційній агресії, всебічно підготувати дітей і молодь до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою медіа, формувати у громадян медіаінформаційну грамотність і медіакультуру відповідно до їхніх вікових, індивідуальних та інших особливостей» [164].

Ми виокремлюємо наступні завдання професійної діяльності психолога у галузі психології інформаційної діяльності:

1) Перший із них пов'язує між собою ті, що стосуються психологічної підтримки осіб, які втратили здоров'я у процесі інформаційної діяльності.³⁴ Вони передбачають психологічну, психотерапевтичну роботу з фобіями людини, психо-афективними станами (та іншими розладами особистості), які утворилися у результаті травмуючого впливу інформації. Наприклад, перегляд відвертих сцен сексуального насильства можуть сформувати у осіб підліткового віку панічний страх інтимності.

2) Другий тип стосується завдань, які пов'язані з психологічним супроводом особистості у процесі соціальної реабілітації та реадaptaції. Досить довго панівна ідеологія визначала основні засади інформаційної діяльності суспільства. В епоху тотального культурного та політичного плюралізму категорії «істини», «правди», «об'єктивного-суб'єктивного» не мають єдиного значення, що формує у суспільстві когнітивний дисонанс сприйняття соціальної реальності, як такої (В.О. Ядов [378]).

3) Третій тип завдань пов'язаний з профілактичною діяльністю психолога в процесі інформаційної діяльності, які можуть реалізовуватися у

³⁴ За визначенням Всесвітньої організації охорони здоров'я, яке прописане у преамбулі статуту цієї організації, здоров'я – це не тільки відсутність хвороб або фізичних дефектів, а стан повного фізичного, душевного та соціального благополуччя (від 22.07.1946)

процесі підготовки інформаційної взаємодії суб'єктів соціальних відносин, розробці інформаційної продукції (аналіз психологічної безпеки змісту, когнітивної складності, семантичної щільності), налагодженні комунікативних та інтерактивних зв'язків між суб'єктами соціальних відносин, розвитку рефлексивних механізмів соціального сприйняття, що дасть можливість не лише захистити людину від негативного впливу інформації а й гармонізувати цей процес, зробити його людино центрованим.

З метою можливості реалізації виокремлених нами професійних завдань психолога у сфері інформаційної діяльності в 2016 році нами було розроблена навчальний курс «Основи медіапсихології» для студентів спеціальності 053 «Психологія», метою якого було навчити студентів критично оцінювати інформацію, яку вони отримують з глобальної інформаційної мережі, підвищити рівень їх інформаційної культури. Необхідність вивчення курсу «Основи медіапсихології» у процесі підготовки спеціалістів, пов'язана з функціональними обов'язками цієї групи спеціалістів працювати у соціальному середовищі та здійснювати у межах трудового посту різного роду інформаційну діяльність. Зміна предметного поля професійної діяльності психолога сьогодні змушує фахівців цієї сфери оволодівати актуальними знаннями про загальні соціально-психологічні механізми взаємодії особистості з соціальним середовищем, впливу інформації на поведінку і психіку людини, її світоглядні уявлення, формування громадської думки у контексті сучасних геополітичних процесів.

Курс складається з двох змістових модулів, які поступово розкривають проблеми взаємодії особистості з інформаційним середовищем та дають можливість засвоїти достатній обсяг знань, умінь та навичок для практичного розв'язання завдань, які пов'язані з предметною областю курсу (табл. 3.10). У межах першого змістового модуля «Особистість у інформаційному середовищі» описані загальні властивості інформації, розкриваються проблеми формування та збереження інформації та значення цих процесів у контексті культурно-історичного розвитку. У межах другого модулю «Психологія засобів масової інформації» описуються роль та значення мас-медіа у інформаційній діяльності соціального середовища, основні закономірності та властивості формування громадської думки; вплив реклами і PR на свідомість та поведінку споживача інформаційної продукції. У межах навчального курсу був розроблений навчальний посібник для студентів «Психологія інформаційної діяльності» (2016) [145].

Мета вивчення курсу: формування цілісного уявлення про особливості взаємодії особистості з інформаційним середовищем, які дозволять майбутньому фахівцю у галузі психології ефективно розв'язувати виробничі завдання, пов'язані з інформаційною діяльністю суб'єкта соціальних відносин. Вивчення курсу передбачає загальне ознайомлення з психологією інформаційної діяльності як галуззю наукових психологічних знань і базується на узагальненнях та емпіричних дослідженнях представників різних наукових шкіл та історичних епох.

Таблиця 3.10

Змістова структура курсу «Основи медіапсихології» для студентів
спеціальності 053 Психологія

Назви змістових модулів і теми	Зміст питань
Змістовий модуль №1. Особистість у інформаційному середовищі	
Тема №1. Інформація та інформаційні процеси у суспільстві.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Інформація та її значення у процесі суспільного розвитку 2. Властивості інформації. Процеси формування та збереження інформації
Тема №2. Інформаційні відносини у суспільстві. Проблеми взаємодії особистості з інформаційним середовищем.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Особистість як суб'єкт інформаційних відносин 2. Психосоціальний розвиток особистості у медіасередовищі 3. Еколого-психологічні аспекти інформаційної діяльності у медіасередовищі
Тема №3. Соціально-психологічні властивості інформаційного середовища	<ol style="list-style-type: none"> 1. Міждисциплінарна операціоналізація поняття «інформація»: концептуальні підходи та історичний екскурс до проблематики. 2. Еволюція інформаційних мереж. Важливість інформації у процесі соціальної еволюції. 3. Загальні властивості інформації. Процеси формування, збереження та відтворення. 4. Мова як засіб збереження інформації. Історіогенез розвитку мов. Поняття про «універсальні мови». 5. Розвиток мови та мовлення в людському онтогенезі. Причини порушення мовного розвитку. Зв'язок мовлення та психічного розвитку людини.

Назви змістових модулів і теми	Зміст питань
Тема №4. Еколого-психологічні аспекти інформаційної діяльності	<ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття про екологію інформаційного простору. 2. Психологічні закономірності психосоціального розвитку особистості в інформаційному середовищі. 3. Фактори травмуючого впливу інформації на психіку людини. 4. Екологічні аспекти проектування інформаційних мереж: зміст, дозованість та доступ інформації. 5. Роль мистецтва у процесі посилення інформаційної безпеки соціального середовища. 6. Творче світосприйняття як особистісна диспозиція та адаптивна властивість суб'єкта соціальних відносин.
Змістовий модуль №2. Психологія засобів масової інформації	
Тема №5. Психологічні особливості інформаційної діяльності мас-медіа	<ol style="list-style-type: none"> 1. Громадська думка як психологічний феномен 2. ЗМІ та їх використання для проведення інформаційної війни 3. Психологічні основи діяльності засобів масової інформації 4. Internet-ресурси та їх роль у конструюванні інформаційного середовища. Соціальні мережі.
Тема №6. Засоби масової інформації та процеси формування громадської думки	<ol style="list-style-type: none"> 1. Закони формування територіальних спільнот. Соціально-психологічний аналіз формування ідентичності на рівні «Я», «Ми» та «Вони» (Б.Ф. Поршнев).

Назви змістових модулів і теми	Зміст питань
Тема №6. Засоби масової інформації та процеси формування громадської думки	<ol style="list-style-type: none"> 2. Поняття про громадськість. Громадська думка як основний інструмент державного управління. 3. Вплив засобів масової інформації на громадську думку територіальної спільноти. 4. Глобальні та територіальні ЗМІ: основні завдання та принципи роботи. 5. Реклама як засіб формування громадської думки. Особливості створення соціальної реклами. 6. RP-технології та особливості їх використання у процесі інформаційної діяльності. 7. Політика як мистецтво управління соціальною спільнотою.
Тема №7. Інформаційна діяльність особистості у Internet-середовищі	<ol style="list-style-type: none"> 1. Використання мережі Internet у процесі інформаційної діяльності особистості. 2. Проблеми доступу до Internet-ресурсів та політика публічного використання інформації. 3. Соціальні мережі та їх використання як засобу масової комунікації. 4. Формування громадської думки Internet-спільноти та її вплив на соціально-політичне життя країни. 5. Принципи проведення рекламної діяльності у соціальних мережах.

Завданнями курсу «Основи медіапсихології», який впроваджено в освітню підготовку психологів за спеціальністю 053 Психологія на соціально-психологічному факультеті Житомирського державного університету імені Івана Франка є:

- 1) ознайомити студентів із актуальними проблемами психології інформаційної діяльності;
- 2) сформувати цілісну картину предметної області галузі, яка дасть можливість на науковому рівні вирішувати завдання, пов'язані з психологічними проблемами розвитку суб'єкта соціальних відносин у інформаційному середовищі;

- 3) знаходити оптимальні шляхи профілактики та збереження психічного здоров'я особистості в умовах інформаційної діяльності;
- 4) ознайомити з можливостями надання психологічної допомоги у ситуаціях, пов'язаних із порушеннями психофункціонального стану, які відбулися під впливом інформаційної діяльності.

Курс передбачає оволодіння навичками дослідження громадської думки, громадського ставлення, оволодіння методами моніторингу психоемоційного стану людини, яка контактує з психологічно небезпечним медіа контентом. За результатами роботи курсу на соціально-психологічному факультеті Житомирського державного університету імені Івана Франка було ініційовано освітній проект «Освіта для життя», який передбачав створення та поширення інформації, яка пов'язана з просвітницькою діяльністю психолога щодо розвитку та удосконалення навичок критичного мислення³⁵. Створення та поширення соціальної реклами є одним з найдієвіших способів популяризації власної думки,

Створення рекламно-просвітницького проекту передбачало освоєння студентами ряду умінь та навичок, які пов'язанні з:

1) Уміннями визначити суспільну та індивідуальну значущість теми. Дослідити, наскільки вона є актуальною для суспільства. Визначити цільову аудиторію проекту (категорію осіб, які мають отримати інформаційне повідомлення).

2) Здатністю виокремити локальну проблему, пов'язати її з власним досвідом. Інформаційне повідомлення має бути дотичним до індивідуальної проблеми. Тоді воно буде мати мотиваційний потенціал довіри у оточення.

3) Уміннями структурувати матеріал, виокремлювати окремі змістові блоки. Інформаційне повідомлення повинно бути когнітивно простим, не переобтяженим надлишковим змістом та не створювати суперечливих уявлень, чи двоякого ставлення до проблеми, яка популяризується.

4) Уміннями використовувати ІКТ у повсякденній життєдіяльності, здатності популяризувати та відстоювати власну думку. Студенти повинні уміти донести інформаційне повідомлення, використовуючи ресурси електронних соціальних мереж та інших відкритих для Web-публікацій платформ.

5) Навичками налагоджувати діалог між різними категоріями осіб з приводу змісту інформаційного повідомлення, уміннями відповідати на запити цільової аудиторії, коректувати зміст повідомлення відповідно до запиту групи.

На нашу думку, впровадження програм з медіаосвіти у практику сприяє розвитку інформаційної культури особистості, сприяє розвитку захисних

³⁵ Приклад рекламного проекту «Як перемогти в інформаційній війні?» (<http://eprints.zu.edu.ua/id/eprint/18669>), який був розроблений у межах курсу «Основи медіапсихології»

механізмів психіки в умовах життєдіяльності в інформаційному суспільстві. Фахова апробація програми розвитку умінь у галузі мідіапсихології, яку ми пропонуємо, здійснювалася серед студентів соціально-психологічного факультету в рамках освітнього проекту Громадської організації «Центр практичної психології «ForLife»» «Психічне здоров'я дітей: від знань до дій» (2017) за підтримки Житомирської Обласної Ради. У його межах було розроблено ряд інформаційної продукції, яка розкривала проблеми функціонування дітей з психічними розладами в суспільстві. Навчальна дисципліна «Основи медіапсихології» може використовуватися у процесі підготовки фахівців першого та другого рівнів вищої освіти не залежно від галузевої спеціалізації з огляду на те, що її зміст розрахований на формування ряду базових професійних компетентностей, які мають загально-професійне значення та дозволяють суб'єкту соціальних відносин ефективно адаптуватися до умов соціального середовища.

Відкритість і доступність медіапростору для різних вікових категорій населення вимагає від комунікатора зваженого підходу до виготовлення інформаційної продукції, яка має бути доступною у межах «порогового сприйняття» саме тієї цільової аудиторії, на яку вона розрахована [75]. Функцію соціалізації та планомірної передачі суспільного досвіду покладено на ряд соціальних інститутів: заклади освіти, професійні осередки, релігійні та політичні установи, громадські організації.

Система освіти у розвинених країнах є потужною інформаційною мережею, яка транслює соціально-корисну інформацію у вигляді якісних сучасних знань, моделей поведінки і міжособистісної взаємодії, норм моралі та права. Здобуття освіти передбачає цілеспрямовану, спеціально організовану пізнавальну діяльність людини, основна мета якої – навчитися здобувати знання та необхідну для практичної діяльності інформацію. Пришвидшення темпу наукового та соціального розвитку змушує сучасну особистість постійно здобувати знання, таким чином навчальна діяльність (учіння) не завершується здобуттям вищої освіти, а продовжується впродовж життя [364]. Однією з мета компетенцій особистісного та професійного значення, яка напряду пов'язана з рівнем адаптивності сучасної особистості в інформаційному середовищі – є здатність самостійно здобувати знання та використовувати колективний досвід у індивідуальній життєдіяльності. Освіта майбутнього буде орієнтуватися не на отримання «чистих знань», які у більшості будуть мати відносну цінність, а на отримання умінь здобувати ці знання за необхідності, верифікувати їх на власному досвіді (уміння допасовувати до власного досвіду), **передавати власний досвід до колективної системи знань.**

Інформаційна культура особистості. Розвиток інформаційної культури у представників соціономічних та технономічних професій

Результатом інформатизації та збільшенням суспільної цінності інформації стала поява нового типу відносин між членами суспільства у локальному чи глобальному контексті, які опосередковуються спільним інформаційним полем (Д. Белл, Е. Белаї, В.Л. Іноземцев) [33, 34, 127]. Віртуалізація соціальних процесів під впливом науково-технічного прогресу призвела до появи нового типу стосунків, який базується на можливості доступу до всесвітньої телекомунікаційної мережі. Неоднозначними залишаються трактування понять «інформаційна культура» та «культура інформаційного суспільства», що відповідно зміщують акцент дослідження та отримані результати. Культура інформаційного суспільства, перехід до якої відбувся у більшості країн за ініціативи держави, вимагала певного рівня культури її носіїв, здатності здійснювати професійну та інші види соціальних активностей у віртуальному цифровому середовищі або використовувати ІКТ та актуальні знання для вирішення поточних завдань.

Культура – це збалансована система, яка прагне до стійкості та динамічності водночас, традиції та цінності визначають її стабільність, а творчість та прогрес призводять до руху. Х. Ортега-и-Гассет до основних завдань культури відносив створення середовища буття людини [245]. Індивідуальна культура це своєрідна інтерпретація власного життя, масова культура інтерпретує суспільний прогрес, суспільну історію. Стійкість і стабільність індустріального суспільства змінили хаос та невизначеність у якому потрібно постійно шукати причинно-наслідкові зв'язки. Г. Хакен у роботі «Синергетика» (1980) вказує на те, що нестабільність системи має математичну логіку, а отже хаос – це не що інше як «інший порядок», породжує формування нових морфологічних форм, структур, які знищують (або вступають з нею у суперечність) з системою. Здатність функціонувати у хаосі є однією з основних вимог до сучасної людини, вона передбачає уміння особистості утворювати певний порядок, гармонію у системі, яка функціонує за непередбачуваним алгоритмом або позбавлена його [346].

Вперше поняття «інформаційна культура» було вжито Г.Г. Воробйовим у 1971 році в роботі «Інформаційна культура в управлінській праці». Загалом монографія була присвячена проблемам документообігу організації, проте включала аналіз значення інформації у житті суспільства, її властивостей. Г.Г. Воробйов вважає, що в умовах стрімкого накопичення знань у суспільстві не обійтися без специфічних правил взаємодії з інформацією [63]. Уперше поняття «інформаційна культура» з'явилося в роботах Е.П. Семанюка, яке визначалося ним як ступінь інформатизації суспільства та рівень складності інформаційних зв'язків у ньому [285]. На початку 80-х років «інформаційна культура» здебільшого була пов'язана зі здатністю

особистості користуватися цифровими засобами комунікації та обробки інформації у професійній діяльності та, згодом, й у повсякденному житті (А.Г. Здравомислов, А.П. Єршов, А.П. Суханов) [109; 304; 115].

У науковій літературі прослідковується двовекторний дискурс розгляду поняття «інформаційна культура». Психолого-педагогічний дискурс розгляду проблеми опирається на визначення інформаційної культури як внутрішньої особистісної характеристики суб'єкта соціальних відносин який визначає найбільш раціональний спосіб взаємодії з інформацією (В.Г. Воронкова, О.Я. Романишина, А.Л. Столяревська) [66; 273; 302]. У цьому ключі аналізу автори схиляються до думки, що сучасне суспільство переходить до споживацького способу життєдіяльності, воно стало залежним від інформаційно-комунікаційних засобів³⁶. Знижується активність пересічного споживача у процесі переробки інформаційного контенту, в силу великої кількості та легкосасвоюваності інформації, втрачається здатність до активного світосприйняття та відбувається перехід до споживання продукту в його кінцевій формі: з відповідним змістом, ставленням та емоційними проявами (допустимими емоціями). Реакції на певні події та явища частіше за все можна пояснити впливом певного набору моделей сприймання: трагічні події викликають у нас смуток і жаль, комічні – сміх та радість. Глобалізація уніфікувала способи соціального буття людини, зробила її потреби більш передбачуваними та менш «когнітивно складними» якщо говорити про колективного суб'єкта соціальних відносин. Держава орієнтована на так званого типового представника культури, рівень освіченості та духовності якого з кожним поколінням знижується. Від цінностей буття людство перейшло до цінностей споживацтва, які у роботі Ч. Хемпедена-Тернера і Ф. Тромпенаарса «Сім культур капіталізму» представлені як індивідуальний успіх, розваги, скандали, порно продукція, страх, імідж та насильство [349].

У сучасному розумінні визначення «інформаційна культура» дещо зміщує аспект з технологічної обізнаності особистості на когнітивно-поведінкову здатність споживати інформаційну продукцію та використовувати її для вирішення повсякденних завдань. Н.Г. Джинчарадзе у своїх дослідженнях дійшла висновку, що основним рушієм інформатизації суспільства є держава, яка виступає головним суб'єктом інформаційних відносин [95]. Інформаційна культура стає одним з ключових її елементів, вона уже екстраполювала частину державних процесів у цифровий віртуальний вимір, що змусило тих суб'єктів державних відносин, які вступають у взаємодію з нею оволодівати інформаційними компетентностями. «Сьогодні основою інформаційної культури особи є знання про інформаційне середовище, закони його функціонування та

36 Одним з сучасних проявів хворобливої залежності від телекомунікаційних засобів є «номофобія» (no-mobile-phone phobia), прояви якої були досліджені YouGov на замовлення UK Post Office у 2008 році. Дослідниками було виявлено, що 53% досліджуваних відчувають внутрішню тривогу у ситуаціях втрати телефону, розрядження батареї, примусової заборони користуватися ним (<http://www.wsbt.com/news/health/17263604.html>).

розвитку, а головне – досконале вміння орієнтуватися в безмежному сучасному світі інформації». [95, с.28]. Н.Г. Джинчарадзе пропонує наступну періодизацію формування інформаційної культури особистості:

- первісна інформатизація;
- освітньо-інформаційне навчання;
- формування розвиненої інформаційної культури.

Якщо дитинство вважалося періодом соціалізації виключно у контактному середовищі батьків та близьких родичів у процесі включення в їх замкнене коло спілкування, то з початком утвердження культури інформаційного суспільства дитина на ранніх етапах вікового розвитку включається у глобальну інформаційну мережу, отримуючи, таким чином, доступ до інформації, яка знаходиться у вільному доступі. У період професійної підготовки та навчання особистість отримує основні соціально-професійні компетентності, які дозволяють їй у майбутньому вирішувати широкі коло професійних завдань. Блок «інформаційних компетентностей» включений сьогодні у структуру професійної готовності більшості професій.

Інформаційна культура розглядається як інтелектуальний продукт інформаційної мережі, частиною якої стає пересічний суб'єкт соціальних відносин – член інформаційного суспільства. О.В. Горелова вважає, що основний зміст соціалізації на будь-якому з етапів соціальної еволюції суспільства полягав саме у поступовому включенні особистості в інформаційний контекст осередку в якому відбувалася соціалізація. Спочатку це був доступ до знань, які були викарбувані на стелях первісних печер, згодом це знання, які оповили Землю за допомогою мережі Internet [80]. З самого початку людської еволюції у кожного з членів спільноти (територіальної чи віртуальної) було специфічне ставлення до знань та інформації: одні палили книги, інші – їх писали. В умовах інформаційної культури без знань не можна обійтися, особливо в умовах високорозвиненого суспільства, яке перебуває у постійній трансформації, а отже вимагає постійного вивчення.

Наприкінці 90-х років починається поступова інформатизація системи освіти. Фактично у директивному порядку від її працівників вимагали застосування комп'ютерних технологій під час навчального процесу. У багатьох дослідженнях сучасних науковців, проведених у різних галузях гуманітарних дисциплін йдеться про те, що період професійної підготовки та навчання повинен формувати певний рівень інформаційної культури (М.С. Гусельцева, О.А. Гнатишина, Н.І. Генадіна, Т. Е. Климова) [89; 76; 72; 156]. Ця необхідність була викликана саме тим, що інформаційні потреби суспільства та людини зокрема зростали, а необхідного ресурсу для їх задоволення через традиційні канали інформації не виявилося. Якщо у період індустріального суспільства можна було дозволити певну інформаційну аскетичність та дистанціюватися від інформаційних потоків, то на сьогоднішній день у пересічній людини стихійно чи в умовах цілеспрямованого, формується певна інформаційна культура. Керівник ІТ-

програм Пенсільванського університету Девід Х. Джонассен розробив програму розвитку мотиваційного потенціалу до використання інформаційних технологій [96]. Її зміст полягав у адаптації особистості до використання комп'ютерних технологій у повсякденному житті та налаштуванні на взаємодію з ним. Навчання має відійти від вивчення комп'ютера, його будови та функцій і прийти до формування навичок використання комп'ютера у повсякденному житті та типових життєвих завдань, що можуть полегшити комп'ютерні технології. Основою формування інформаційної культури суспільства і особистості має бути пізнавальний інтерес, який змушуватиме користуватися перевагами цифрової інформаційної мережі та активно освоювати їх самостійно. Раціоналізація соціального буття за рахунок активного використання переваг цифрової інформаційної мережі призвела до атрофії деяких інтелектуальних функцій, які були пов'язані з аналізом інформації та її критичною переробкою.

За рахунок інтенсивного освоєння інформаційно-комунікаційних технологій великим надбанням інформаційної культури стали ресурси для самоосвіти. З метою забезпечення контролю за доступом до інформації суспільство створило цілу систему неформальної освіти, яка розкриває додатковий доступ до знань та досвіду, який до цього залишався надбанням університетів (О.Б. Щолок) і не був доступними окремим категоріям населення [372]. В мережі Internet з'явилося безліч online-курсів, видавцями яких є як офіційні установи та заклади освіти, так і приватні особи, які можуть вільно поширювати свій індивідуальний досвід у вигляді дидактичних матеріалів. Інформаційна культура, на відміну від популярної культури 90-х та елітарної культури початку 20-го століття, відкрита для усіх членів глобалізованого суспільства, які мають доступ до інформаційно-технологічних засобів та налаштовані на їх використання у процесі розв'язання побутових завдань.

З точки зору культурології та філософії інформаційна культура розглядається як один з аспектів інформаційного суспільства: як культура цього суспільства, що має ряд суттєвих відмінностей від культури індустріального, зокрема, як вважав, Ж. Бодріяр, ці відмінності полягають у створенні мета культури глобального значення, яка поглинає інші субкультурні утворення національного, політичного чи релігійного характеру [41]. «Фатальні стратегії» є спробою людини знайти істину в інформаційному просторі, який є симуляцією світу, за рахунок чого формується певна «згода» штучного пояснення природи деяких речей. Пошукова активність у інформаційному середовищі сучасного світу перетворилася з пошуку істини на пошук підтверджень тих симуляцій (симулякрів), з якими ми взаємодіємо кожного дня. У роботі «Символічний обмін і смерть» (1976) Ж. Бодріяр проводить детальний аналіз сучасного мистецтва як явища культурного і приходить до ряду висновків: по-перше, **мистецтво давно перетворилося на імідж** і усе більше віддаляє людину від її природи [40]. По-друге **мистецтво перестає орієнтуватися на еталони високої духовної культури**, до нього

не потрібно dorostati та воно є доступним для людей з різним пізнавальними та когнітивним потенціалом. Культура у глобальному аспекті є доступною для усіх, а отже породжує більш-менш стійку картину світу. Суспільні уявлення про світ є симуляцією культури, від знань об'єктивного характеру суспільство поступово приходить до інтерпретацій. Події та явища об'єктивної реальності перетворюються на «віртуальні», які піддаються безлічі пояснень та обговорень, що віддаляють людину від істини.

Культура інформаційного суспільства наповнилася смислами, які до того не взаємодіяли між собою, що призвело до появи суперечностей та неоднозначностей інтерпретацій подій та явищ оточуючого світу. Основною центральною характеристикою сучасного інформаційного суспільства є відносність та релятивність усього, що оточує людину. Ніщо не істинне і усе дозволене, особистісний вектор ставлення визначає контекст сприйняття інформації. На думку В.Г. Воронкової «Специфічною рисою інформаційної сфери сучасного суспільства є її принципово недискретний характер і при цьому – багатовимірний характер. Культура інформаційного суспільства – це культура, побудована на технократичній вірі в прогрес людства завдяки інформаційним технологіям, яка визначається вільною та відкритою технологічною творчістю, втілена у віртуальних мережах, націлених на створення нового мультикультурного суспільства, яке матеріалізоване у функціонуванні нової інформаційної економіки та нової глобальної культури» [66]. Будь-який досвід взаємодії зі світом спричиняє зміни в усталеній картині світу особистості та призводить до певної її реорганізації. Залежно від особистісного налаштування щодо предмету інформаційного повідомлення, ці зміни можуть мати конструктивний характер або спричинити порушення структури картини світу.

Еволюція способу взаємодії особистості з інформаційним простором відбувається як результат зміни ролі та значення знань у житті людини. Хоча вона завжди була визначальною у процесі налагодження будь-якої індивідуальної чи колективної діяльності, на сьогоднішній день цей процес оповитий не статичним монопотокотом інформації, які мали досить протяжні цикли оновлення, а передбачає взаємоперетин безлічі інформаційних систем, які перебувають у різноманітних підрядно-супідрядних зв'язках. **Якщо на початку XX ст. вважалося, що знання (інформація) керують світом, то у XXI ст. – знання породжують світи.** Здатність до оволодіння інформацією, знаннями і, що не менш важливо, оперування ними: критичний аналіз, реструктуризація, інтеграція та імплементація, стають базовими соціальними властивостями сучасної людини, яка здійснює життєдіяльність у глобалізованому цифровому інформаційному суспільстві.

Соціокультурні зміни, до яких призвели винаходи у галузі інформаційних технологій, пов'язані з зміною цінності інформації в житті суспільства та особистості. Усі види соціокультурної активності пов'язані з постійною необхідністю засвоєння інформації у вигляді знань та суспільного досвіду. З початку зародження людської цивілізації знання відігравали

значну роль, проте на їх засвоєння відводився певний період соціально-вікового розвитку. Це було пов'язано з тим, що система суспільних знань мала відносно цілісну структуру та зазнавала незначної зміни у контексті життєдіяльності окремої людини. У сучасному інформаційному суспільстві більшість властивостей інформації є релятивними, а отже їх істинність, новизна, об'єктивність та стійкість можуть змінюватися. Постійна зміна інформаційного контексту та змісту призвела до необхідності здобувати нові знання та досвід, верифікувати їх, доповнювати, змінювати структуру тощо

Здатність оперувати великою кількістю інформаційного контенту, яку ми визначили як суспільну необхідність, стає основою особистісної та професійної успішності у сучасному інформаційному суспільстві. Віртуалізація соціальних відносин призвела до необхідності бути компетентним у сфері використання інформаційних технологій. Сучасні дослідники звертають свою увагу на наступні аспекти здатності особистості до діяльності в інформаційному суспільстві: інформаційну культуру (М.А. Антонченко, Ю.С. Рамський), медіаграмотність (А.В. Федоров), комп'ютерну грамотність (Н.Х. Насирова, А.Л. Семенов), інформаційно-комунікативну (Н.В. Баловсяк) інформаційно-технологічну (О.М. Спирін), ІКТ-компетентність (Т.В. Тихонова) [12; 23; 238; 272; 333; 332; 319; 327; 299]. З метою більш точного оперування поняттям «інформаційна компетентність» варто розглянути зміст поняття «інформація». У силу полідисциплінарності визначення, більшість дослідників сходяться на тому, що «інформація» це «дані», які мають певний зміст або смисл (С.В. Трішина, А.Я. Фрідланд) [207; 110; 341; 322]. Отже, інформаційна компетентність, може розглядатися як **здатність людини оперувати смислами, які вона отримує в інформаційному середовищі**. Інформація – це данні («сухий фактаж»), які перетворилися в знання колективного та індивідуального значення та «обросли» певними символічними інтерпретаціями. У межах кожної культури можна подивитися на світ, який має певну фізично сталу структуру (описану мовою даних), під певним кутом зору (описаних мовою смислів). На думку В.О. Муравицького, інформаційна культура особистості стає новою антропологічною рисою, яка формує певну здатність «опиратися» стрімкому натиску глобалізації: «необхідна різноманітність світу потрібна для збереження життєздатності людського співтовариства в планетарних масштабах. Така різноманітність отримується в коректуванні і протидії соціально-культурній глобалізації. Основою цієї протидії є інформаційна культура особистості, що включає інформаційний імунітет. Формування інформаційної культури на рівні конкретної особистості є передумовою стійкості культури в процесах глобальної культурної уніфікації» [232, с. 45]. **Інформаційна культура та її еволюційне значення може бути оцінене з точки зору здатності особистості протидіяти глобалізаційному впливу інформатизації, сприяти виробленню внутрішніх механізмів самообмеження споживання інформації та здійснювати оцінку її якості та змісту відповідно до поточних потреб людини.**

Інформаційна культура є складовою загальної культури особистості. На думку Р.С. Гуревича в останні десятиліття збільшилася питома вага знань в суспільному прогресі, що утворило цілий пласт культурних цінностей, які породжують пізнавальний інтерес людини та налаштовують на світопізнання [86]. Цінність інтелекту в сучасних умовах пояснюється тим, що для обробки інформації високої когнітивної щільності та символічної багатозначності у межах мультикультурального поля знань, потрібен певний психічний ресурс, інтелектуальний та емоційний потенціал, налаштування на пошукову активність та щоденну верифікацію знань.

До складових інформаційної культури С.Д. Карагодов відносить [131]:

- інформаційну (комп'ютерна) грамотність;
- інформаційну компетентність;
- інформаційний ціннісно-змістовий компонент;
- інформаційну рефлексію;
- інформаційну культуротворчість;

Інформаційна компетентність та інформаційна грамотність вважаються автором ключовими, оскільки вони забезпечують процесуальну складову інформаційної діяльності людини та формують певне ціннісне ставлення до знань і є підґрунтям до інформаційної культуротворчості. В умовах сучасного суспільства інформаційна компетентність розглядається не лише як умова особистісної успішності, а спосіб виживання у ньому, як здатність здійснювати життєдіяльність на мінімально достатньому рівні.

Поява компетентнісного підходу в психолого-педагогічній практиці була ініційована рядом змін у системі суспільних відносин, які позначилися на системі освіти більшості технологічно розвинених країн. У галузі професійної освіти та інших соціальних інституціях, які відповідають за соціалізацію особистості почали поступово відходити від «теоретизації» навчання та орієнтуватися на практику (формування досить конкретних практичних умінь та навичок). У роботі «Компетентність в сучасному суспільстві: виявлення, розвиток та реалізація» Дж. Равен приходить до висновку, що у сучасному суспільстві важливими для особистості залишаються досить конкретні практичні знання та навички, які можуть бути використаними для реалізації досить обмеженого кола практичних завдань з якими стикається особистість у повсякденному житті [270]. З більшості отриманих знань у закладах середньої та вищої освіти не проходять практичної верифікації та існують поза практичним контекстом. У деякому сенсі афористично, але для більшості випускників шкіл, які засвоїли теорему Піфагора ці знання залишаються «мертвими», оскільки не мають практичного застосування. Метою соціалізації, на думку Дж. Равена, є передача не скільки знань, які є більшою мірою даними, що пояснюють оточуючий світ, а передача досвіду [271]. Знання вміщують в себе як конкретні інформаційно-фактичні компоненти, так і суб'єктивні нашарування, що залишилися у процесі їх використання у суспільній та індивідуальній практиці. Долучаючись до інформаційної мережі пересічний

суб'єкт соціальних відносин мусить витримувати баланс між досвідом та «сухими даними», які перетворюються у процесі їх засвоєння та практичного застосування в особистісні знання.

У сучасному суспільстві виникає необхідності розвитку певного рівня інформаційної культури особистості, яка проявляється у різних сферах соціальної життєдіяльності та формує основу особистісної успішності суб'єкта соціальних відносин у соціальному середовищі (Е.П. Семанюк) [285]. До одного з завдань соціалізації особистості формування здатності оперувати інформацією, орієнтуватися в ній та створювати на основі результатів власної індивідуальної активності знання, які мають певний смисл та суспільну цінність. Інформаційна культура включає у себе, на нашу думку, ряд соціально-професійних інваріантів, які використовуються людиною у процесі розв'язання професійних та побутових завдань. На сьогоднішній день, за результатами дослідження психографічних описів більшості професій соціономічного та технономічного циклу, ми можемо зробити висновок, що інформаційні компетентності стають інваріантною складовою професії, а отже без їх якісного володіння суб'єкт соціальних відносин не зможе ефективно виконувати трудові обов'язки та здійснювати інші види соціальної активності [274; 155].

Ми пропонуємо наступну структуру інформаційної культури особистості, яка складається з наступних інваріантів соціально-професійної діяльності (рис. 3.9.). Вони забезпечують основні етапи взаємодії особистості з інформаційною мережею у процесі професійної та інших видів соціальної активності:

- уміння використовувати ІКТ (інформаційно-комунікаційні технології);
- уміння працювати з інформацією;
- критичність мислення та неупередженість;
- уміння здійснювати комунікацію та налагоджувати взаємодію;
- уміння вчитися та освоювати нові знання та досвід.

У межах нашого дослідження соціально-професійні інваріанти, які входять до складу інформаційної культури особистості формують два принципові відмінні рівні інформаційної культури особистості.

Технологічний рівень інформаційної культури позначає здатність суб'єкта соціальних відносин взаємодіяти з цифровими інформаційними технологіями, користуватися ІКТ та його функціоналом.

Соціально-психологічний рівень інформаційної культури пов'язаний зі здатністю суб'єкта соціальних відносин здійснювати аналіз та переробку інформації, використовувати її для здійснення соціальної активності.

У межах реалізованого нами у складі науково-дослідної групи (Е.А. Афонін, Н.О. Алюшина, О.М. Балакірева, Д.А. Дмитрук, Р.Я. Левін, І.І. Локтева, І.О. Тітар, Л.С. Романовська,) наукового проекту «Оцінювання ринку управлінських державних послуг та функціональної й компетентнісної спроможності державної служби та держслужбовців в Україні» (2018 р.)» (шифр 12.30.03; за Постановою Бюро відділення економіки НАНУ від

24.07.2018, Постанова № 81, Протокол № 10, КПКВК 6541230) була розроблена методика дослідження компетентнісної спроможності державних службовців.

В ході аналізу діючої нормативно-правової бази, що регулює діяльність публічних службовців в Україні та європейського досвіду публічного управління нами виокремлені наступні інваріантні компетентності діяльності державних службовців в Україні у галузі публічного управління та адміністрування (табл. 3.11).

На основі пілотних досліджень, які було проведені у 2018 році, нами було визначено ряд особистісно-професійних інваріантів соціально-професійної успішності державного службовця, які забезпечують успішне виконання ним трудових функцій. Професійна діяльність у системі державної служби за своєю суттю полягає у налагодженні взаємовідносин між пересічними членами суспільства через посередництво державних інституцій, які цю взаємодію обумовлюють.



Рис. 3.9. Дослідницька модель рівнів інформаційної культури особистості

Таблиця 3.11

Інваріантні компетентності публічних службовців (за результатами нормативно-правового аналізу сучасного українського та європейського досвіду)

№	Найменування компетентності
1.	Прийняття ефективних рішень
2.	Уміння працювати з інформацією
3.	Уміння здійснювати ефективне управління
4.	Лідерські якості (публічна діяльність)

Інваріантні компетентності публічних службовців (за результатами нормативно-правового аналізу сучасного українського та європейського досвіду)

№	Найменування компетентності
5.	Стресостійкість
6.	Уміння використовувати ІКТ у професійній діяльності
7.	Уміння вчитися та освоювати нові знання та досвід
8.	Уміння здійснювати комунікацію та налагоджувати взаємодію
9.	Критичність мислення та неупередженість
10.	Управління змінами та проектна діяльність
11.	Уміння досягати поставлених цілей
12.	Управління фінансами та іншими матеріальними, інтелектуальними (духовними) ресурсами

Державний службовець – суб'єкт, що здійснює посередництво між особистістю або соціальною групою та державою у першу чергу виконує сервісну функцію, яка може полягати, відповідно до посадових обов'язків у наданні якісних та доступних адміністративних послуг, управлінні фінансами та ресурсами, керівництво діяльністю адміністративного персоналу, взаємоузгодження інтересів держави та особи або групи осіб (Е.А. Афонін) [20]. Відповідно до освітнього стандарту з публічного управління (2007) державний службовець виконує ряд функцій:

- адміністративна функція;
- проєктувальна/планувальна функція;
- організаційна функція;
- виконавська/розпорядча функція.

Ці функції реалізуються за допомогою ряду компетенцій, ключовими з яких є ті, що становлять структуру інформаційної культури особистості (табл. 3.12) [236; 237].

У XX столітті відбулася кардинальна зміна у системі відносин особистості та держави (у якості осіб, які виконують державні функції). Держава існує для людей, а не навпаки, що впливає на рольові очікування громадян по відношенню до тих осіб, які займаються державною службою. У державному класифікаторі професій вищі державні службовці, керівники, менеджери (управителі) відносяться до найвищого кваліфікаційного рівня; вони повинні не лише бездоганно орієнтуватися у специфічному виді соціально-економічної діяльності, а й уміти налагоджувати роботу інших з метою реалізації кінцевої соціально-орієнтованої мети. Робота державного службовця пов'язана з розробкою, постановкою, реалізацією та контролем управлінських рішень, ефективність яких залежить від професійної компетентності працівника і його соціально-досвідних властивостей та рольової компетентності.

Таблиця 3.12

Логічна структура взаємозв'язку інваріантних компетенцій з професійними функціями державних службовців (відповідно до освітнього стандарту з публічного управління 2007)

Професійні функції	Інваріанти професійної діяльності
Адміністративна функція	<ol style="list-style-type: none"> 1. Здатність до використання ІКТ у професійній діяльності 2. Уміння здійснювати ефективне управління 3. Уміння здійснювати комунікацію та налагоджувати взаємодію 4. Уміння вчитися та освоювати нові знання та досвід 5. Лідерські якості (публічна діяльність) 6. Уміння досягати поставлених цілей 7. Уміння здійснювати ефективне управління 8. Стресостійкість
Проектувальна/ планувальна функція	<ol style="list-style-type: none"> 1. Здатність до використання ІКТ у професійній діяльності 2. Критичність мислення та неупередженість 3. Уміння вчитися та освоювати нові знання та досвід 4. Управління змінами та проектна діяльність 5. Уміння працювати з інформацією 6. Уміння досягати поставлених цілей 7. Управління фінансами та іншим матеріальними, інтелектуальними (духовними) ресурсами
Організаційна функція	<ol style="list-style-type: none"> 1. Здатність до використання ІКТ у професійній діяльності 2. Уміння здійснювати ефективне управління 3. Уміння здійснювати комунікацію та налагоджувати взаємодію 4. Уміння вчитися та освоювати нові знання та досвід 5. Стресостійкість 6. Уміння здійснювати ефективне управління 7. Управління фінансами та іншим матеріальними, інтелектуальними (духовними) ресурсами

Логічна структура взаємозв'язку інваріантних компетенцій з професійними функціями державних службовців (відповідно до освітнього стандарту з публічного управління 2007)

Професійні функції	Інваріанти професійної діяльності
Виконавська/розпорядча функція	<ol style="list-style-type: none"> 1. Здатність до використання ІКТ у професійній діяльності 2. Уміння здійснювати комунікацію та налагоджувати взаємодію 3. Критичність мислення та неупередженість 4. Уміння вчитися та освоювати нові знання та досвід 5. Лідерські якості (публічна діяльність) 6. Уміння досягати поставлених цілей

Інваріативна складова підготовки суб'єкта праці включає у себе формування відповідних професійних, соціально-досвідних та індивідуально-психологічних особистісних властивостей, які є професійно-важливими у більшості виробничих ситуацій та використовуються працівниками у процесі розв'язання типових виробничих завдань (Н.Ф. Тализіна) [308]. У межах компетентнісного підходу підготовки спеціалістів інваріанти професійної діяльності складають основу предметного поля діяльності працівника. Залежно від якісного складу компетенцій, якими володіє працівник, відбувається окреслення його професійних повноважень, межі професійного втручання та відбувається передбачення отриманих результатів: наданих послуг, виготовленої продукції.

Трудова (фахова) компетентність Дж. Равеном розглядається як основа не лише трудової успішності, але й соціальної у її широкому розумінні [270; 271]. Уміння, які використовує працівник у процесі трудової діяльності, що визначають предметне поле його компетентності, є частиною його внутрішнього образу «Я» та реалізуються у інших видах активності.

Соціально-психологічний аналіз професії як суспільно-необхідного виду активності дає можливість виокремити базові інваріанти професійної діяльності та імплементувати їх у межах освітньої програми підготовки державних службовців. Кожна професія має свою процесуально-організаційну характеристику, яка впливає на баланс та перерозподіл інваріативної та варіативної складової професійної компетенції. Інваріативна складова професійної діяльності є основою професії, її також можна вважати кваліфікаційним мінімумом, яким має володіти працівник у певній галузі. Реорганізації у системі соціальних зв'язків та інші геополітичні та науково-

технічні зміни призвели до посилення варіативної складової підготовки спеціалістів. Прогресивні зміни у ХХІ ст. стали настільки швидкими, що врахувати їх у процесі підготовки просто неможливо: за час освоєння технології чи певного виробничого процесу він стає не актуальним, тому працівнику доводиться навчатися у процесі вже не навчальної, а трудової діяльності. Специфіка професії державного службовця полягає у постійній необхідності навчатися та вдосконалюватися. Ця інваріативна складова професійної підготовки дозволить освоїти додаткові актуальні на конкретній посаді варіативні компетенції та підтримувати їх актуальність. Однією з базових інваріативних (мета) компетенцій має бути **здатність до розвитку здібностей**, що передбачає навички самоорганізації, уміння освоювати новий досвід, уміння навчатися тощо [237].

Однією з найбільш вагомих професійних компетенцій державного службовця є **уміння здійснювати комунікацію та налагоджувати взаємодію** з іншими суб'єктами державних відносин та пересічними громадянами як споживачами державних послуг. Державний службовець повинен володіти ефективними прийомами налагодження комунікації та організації соціальної взаємодії, методами подолання конфліктних ситуацій. У нього має бути неупереджене ставлення до усіх представників соціального середовища, розвинуті ділові риси характеру, які дозволять налагодити комунікацію з соціально ізольованими групами. Розвиток цієї компетенції також передбачає уміння налагоджувати взаємодію з потенційними стейкхолдерами, агентами змін, громадським організаціями, іншим державними органами законодавчої та виконавчої влади. З метою реалізації кінцевої мети завдання державний службовець повинен уміти формувати команду виконавців на не лише з числа підлеглих, але й інших осіб, що передбачає ефективне мотивування їх до участі у проєкті. Державний службовець повинен уміти налагоджувати взаємодію з ЗМІ; коректно представляти інформацію у соціальних мережах, брати участь у публічних заходах та доступно представляти власну думку під час публічних виступів, інтерв'ю, наданні експертної оцінки, взаємодії з замовниками державних послуг. Це передбачає високий рівень мовної підготовки та бездоганного володіння державною мовою й офіційними мовами Європейського союзу.

Професійна діяльність державного службовця в умовах інформаційного суспільства передбачає професійну здатність обробляти великі масиви інформації, орієнтуватися в інформаційному просторі, уміти керувати інформаційними потоками. Державний службовець має орієнтуватися у правовому полі діяльності держави, знати українське законодавство у межах компетенцій професійної діяльності. **Уміння працювати з інформацією** є однією з ключових компетенцій працівників у системі людина-соціальне середовище. Більшість завдань, які виконує державний службовець мають пошуковий характер, для їх успішного виконання необхідно уміти швидко знаходити актуальну інформацію. Розвиток цієї компетенції передбачає уміння працювати з базами даних, здійснювати аналіз інформації,

верифікувати інформацію. Соціальна віртуалізація в інформаційному суспільстві – явище яке можна означити як одну з норм життєдіяльності особистості. Взаємодія між різними суб'єктами суспільних та державних відносин, опосередковується цифровою мережею та сервісами, які вона надає. Для забезпечення доступу до інформації та водночас з метою її ефективного збору держава утворює цілу систему електронного урядування, яке допомагає налагоджувати комунікацію між людиною (групою) та державними інституціями. Як виявилось, електронні сервіси, що опосередковують зв'язки між суб'єктами соціальних відносин та органами державної влади виявилися зручними та ефективними у використанні. Державний службовець повинен уміти користуватися сервісами електронного урядування, уміти надавати державні послуги у віртуальному інформаційному просторі та вміти користуватися сучасними комп'ютерними технологіями та засобами телекомунікації.

До ключових умінь, яким мають володіти майбутні працівники більшості професій належать **критичність мислення**, креативність, складання суджень і ухвалення рішень, когнітивна гнучкість [379]. Цифрова революція стала точкою неповернення на ринку праці. Більшість технологічних процесів виробництва переведені у віртуальну площину, тому звичний світ професій скоро перестане функціонувати, натомість з'являться нові види зайнятості, які будуть пов'язані з переробкою інформаційних потоків та обслуговуванням шляхів їх циркуляції. Критичність мислення є однією з основних компетентностей працівника, виробнича діяльність якого пов'язана з обробкою великих масивів інформації та прийняттям певних рішень на основі отриманих висновків. Діяльність державного службовця відбувається в умовах постійної інформатизації, яка вимагає професійного, неупередженого ставлення до фактів та нових знань.

Виклики інформаційного суспільства також призвели до необхідності **використання ІКТ у професійній діяльності**. Вони дозволяють отримувати нову інформацію та здійснювати більш ефективну комунікацію у соціальному середовищі за допомогою засобів цифрового та телекомунікаційного зв'язку. Ця інваріантна компетенція пов'язана зі здатністю суб'єкта праці використовувати цифрові технології у професійній діяльності, позитивним налаштуванням на їх залучення у повсякденну діяльність та здатністю до організації виробничого процесу з урахуванням можливості залучення новітніх цифрових технологій. У професійній діяльності державного службовця ця компетенція пов'язана зі здатністю використовувати сервіси електронного урядування, професійні бази даних, засоби електронного зв'язку та мережеві online-сервіси.

Вище зазначені професійні компетенції є базовими інваріантами професійної діяльності державного службовця не залежно від займаної посади та особливостей структури (підрозділу) у якому він працює. Їх формування має бути здійснене у межах професійної підготовки та імплементовно у ході викладання дисциплін професійно-орієнтованого

циклу. Діагностика властивості (притаманності) вищезазначених професійних компетенцій має проводитися у процесі професійної атестації державних службовців та під час підвищення їх кваліфікації.

Також варто звертати увагу на наявність у представників державної служби ряду індивідуально-психологічних властивостей, які опосередковують професійну діяльність та впливають на ефективність її виконання. До найбільш важливих **особистісних компетенцій державного службовця** слід віднести: 1) принциповість, рішучість і вимогливість під час прийняття рішень; 2) особистісна спрямованість на служіння суспільству, захист національних інтересів; 3) системність; 4) інноваційність та неупередженість; 5) здатність до самоорганізації та саморозвитку; 6) вміння працювати в стресових ситуаціях; 7) політична нейтральність.

Більшість особистісних компетенцій державних службовців викладені у професіограмі, вони залишаються бажаними, проте не обов'язковими властивостями суб'єктів цієї професійної діяльності в силу того, що їх діагностика відсутня у процесі професійного відбору державних службовців. Особистісні компетенції державних службовців є основою ціннісно-рольової готовності до виконання цього суспільно-необхідного виду активності [153]. Психосоціальна суть ролі державного службовця пов'язана з діяльністю її носія, в першу чергу, на благо суспільства. Тому суспільство ініціює утворення складної системи правил (законодавчих актів та традицій), які обмежують доступ членів суспільства до окремої групи ролей. Вибір ролі державного службовця накладає додатковий тягар відповідальності за благо та добробут інших людей, що змушує відмовитися від інших соціальних ролей, усталеного способу життя, матеріальних благ та збагачення.

Основою професійної компетентності державного службовця є ряд соціально-професійних інваріантів, які становлять основу інформаційної культури особистості. Вони визначають не лише професійну успішність суб'єкта праці, але й рівень його пристосованості до умов соціального середовища та можливості здійснювати соціально-культурну активність. Інформаційна культура є складовою професійної компетентності професій, які пов'язані з соціальною комунікацією та взаємодією з інформаційними системами.

Основою професійної компетентності державного службовця є ряд соціально-професійних інваріантів, які становлять основу інформаційної культури особистості. Вони визначають не лише професійну успішність суб'єкта праці, але й рівень його пристосованості до умов соціального середовища та можливості здійснювати соціально-культурну активність. Інформаційна культура є складовою професійної компетентності професій, які пов'язані з соціальною комунікацією та взаємодією з інформаційними системами. У результаті проведеного дослідження було розроблено методiku вивчення професійної компетентності державних службовців, яку ми апробували на вибірці державних службовців Житомирської області та

пересічних громадян, які мають професійну зайнятість у різних професійних сферах.

В основу моделювання тест-опитувальника для дослідження рівня сформованості функціонального стану публічного управління і компетентнісної готовності публічних службовців в Україні покладені інваріантні функціональна і компетентнісна моделі, математичні основи латентно-структурного аналізу і метод логічного квадрату американо-австрійського психолога і соціолога П. Лазарсфельда [408]. При цьому розуміється, що інваріантні компетентності можуть реалізовувати (входити до складу) професійну функцію або свідчити про те, що функція знаходиться на етапі формування або є не сформованою. Розподіл окремих інваріантних компетентностей у межах функцій, які виконує державний службовець відбувався на основі логічного аналізу діяльнісно-операційної суті окремої управлінської функції та завдань, реалізацію яких вона забезпечує. Їх склад може доповнюватися варіативними компетентностями, що визначатимуться регіональними чи посадовими особливостями професійної діяльності державного службовця.

Текст опитувальника включає в себе прямі та контраверсійні питання (питання з неоднозначною відповіддю), які формують завершену логічну структуру (форму логічного квадрату). Їх зміст має професійно-ситуативний характер (розв'язання ситуаційних завдань) та може використовуватися на інших вибірках, які мають відношення до вказаних вище професійних компетенцій, те не обмежує його використовуватися серед державних службовців категорії А, Б та С. Експертна оцінка опитувальника та його стандартизація проводилася завідувачем відділом моніторингових досліджень соціально-економічних трансформацій ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України» О.М. Балакірієвою на фокус-групах, які складалися з представників відділів персонального забезпечення державної служби України. Опитувальник був побудований за принципом експертної оцінки функціональної компетентності державних службовців, які входили до складу групи пілотного вивчення. Досліджувані, які мали найвищі об'єктивні показники розвитку фахових професійних компетентностей (табл. 3.1.1.) давали позитивні відповіді на прямі та контраверсійні запитання.

Дослідження рівня сформованості інформаційної культури представників різних професійних галузей було проведено на початку 2019 року. До складу досліджуваних входили представники професій соціономічного («державний службовець») та технономічного («програміст (мережевий інженер, графічний дизайнер, web-дизайнер)») циклу; також до складу досліджуваних увійшли студенти спеціальності «інформатика», «комп'ютерні системи та мережі», «комп'ютерні технології» Житомирського державного університету імені Івана Франка та Житомирського державного технологічного університету.

На початку ми провели аналіз рівня сформованості базових інваріантів професійної діяльності, які були нами виокремлені у представників двох професійних груп та серед осіб, які ще не здобули фахової підготовки (разом 200 осіб). Ми отримали наступні результати сформованості базових інваріантів професійної діяльності, що становлять основу інформаційної культури (табл. 3.13).

Таблиця 3.13

Рівень сформованості фахових інваріантних компетентностей у держслужбовців

Найменування компетентності	Рівень сформованості компетенції		
	Сформована компетенція	Компетенція на етапі формування	Не сформована компетенція
Прийняття ефективних рішень	44%	23%	33%
Уміння працювати з інформацією	47%	39%	14%
Уміння здійснювати ефективне управління	26%	31%	43%
Лідерські якості (публічна діяльність)	43%	41%	16%
Стресостійкість	19%	37%	44%
Здатність до використання ІКТ у професійній діяльності	34%	59%	7%
Уміння вчитися та освоювати нові знання та досвід	32%	47%	21%
Уміння здійснювати комунікацію та налагоджувати взаємодію	66%	24%	10%
Критичність мислення та неупередженість	24%	37%	39%
Управління змінами та проектна діяльність	56%	31%	13%
Уміння досягати поставлених цілей	62%	22%	16%
Управління фінансами та іншим матеріальними, інтелектуальними (духовними) ресурсами	68%	24%	8%

Склад дослідницьких груп формувався таким чином, щоб перевірити висунуті нами гіпотетичні припущення про те, що інформаційна культура особистості та ті інваріанти професійної діяльності, що входять до її складу

мають не лише професійну важливість, але й загально-соціально, отже будуть притаманними (на певному рівні) будь-якому суб'єкту соціально-професійної діяльності.

За результатами дослідження ми можемо дійти до висновку, що більшість інваріантних фахових компетентностей знаходяться на етапі формування. На найвищому рівні розвинені «уміння здійснювати комунікацію та налагоджувати взаємодію» (66%), «управління змінами та проектна діяльність» (68%), «уміння досягати поставлених цілей» (62%), «управління фінансами та іншими матеріальними, інтелектуальними (духовними) ресурсами» (68%).

Найменш сформованими залишаються «стресостійкість» (19%), «критичність мислення та неупередженість» (24%). На етапі формування, за результатами відсоткового аналізу, залишаються такі компетенції як «здатність до використання ІКТ у професійній діяльності» (59%). У загальному державні службовці мають високий рівень сформованості фахової компетентності, тому функції, які вони виконують у межах трудового посту знаходяться на етапі формування, що відповідає реаліям сьогодення в умовах трансформування української державної системи.

Аналіз сформованості інформаційної культури державних службовців відбувався на основі тієї структури інформаційної культури, яку ми пропонували. Технологічний рівень інформаційної культури ми пов'язували з такими фаховими компетенціями як «уміння використовувати ІКТ у професійній діяльності» та «уміння працювати з інформацією». Про сформованість соціально-психологічного рівень інформаційної культури свідчив розвиток таких компетенцій як «уміння здійснювати комунікацію та налагоджувати взаємодію», «критичність мислення та неупередженість». Уміння вчитися та освоювати нові знання та досвід у межах нашої дослідницької структури є інтегральним діяльнісним інваріантом, який є частиною структури як кожного з рівнів інформаційної культури особистості. Відповідно до наших міркувань, здатність до оволодіння знаннями та досвідом є умовою підтримки соціально-професійної актуальності компетентностей та дозволяє адаптувати їх відповідно до умов середовища.

За результатами нашого дослідження ми виявили, що у державних службовців технологічний рівень інформаційної культури знаходиться на етапі формування компетентностей. Уміння працювати з інформацією як інваріант професійної діяльності сформований у 47% досліджуваних, для 31% він знаходиться на етапі формування. У 14% державних службовців це уміння є не сформованим. Соціально-психологічний рівень інформаційної культури державних службовців розвинений на більш високому рівні за рахунок того, що професійна компетентність «уміння здійснювати комунікацію та налагоджувати взаємодію» властива для 66% досліджуваних, проте компетентність «критичність мислення та неупередженість» сформована у 24% досліджуваних. Для 37% опитаних вона знаходиться на етапі формування та у 39% ця компетенція є несформованою. Таким чином,

ми можемо зробити висновок, що соціально-психологічний рівень інформаційної культури державних службовців здебільшого складається з уміння здійснювати комунікацію, налагоджувати інформаційні зв'язки, поширювати певний контент. Критично ставитися до інформації, перевіряти її достовірність та бути неупередженим може значно менша кількість досліджуваних. На етапі формування знаходиться інтегральна компетенція інформаційної культури особистості як уміння вчитися та освоювати нові знання та досвід (у 47% на етапі формування та у 21% ця компетенція є не сформованою) (табл. 3.14).

Таблиця 3.14

Рівень сформованості фахових інваріантних компетентностей серед осіб, які працюють у сфері програмування та суміжних з нею спеціальностях

Найменування компетентності	Рівень сформованості компетенції		
	Сформована компетенція	Компетенція на етапі формування	Не сформована компетенція
Прийняття ефективних рішень	16%	28%	56%
Уміння працювати з інформацією	64%	32%	4%
Уміння здійснювати ефективне управління	21%	38%	41%
Лідерські якості (публічна діяльність)	14%	22%	64%
Стресостійкість	57%	34%	9%
Здатність до використання ІКТ у професійній діяльності	86%	9%	5%
Уміння вчитися та освоювати нові знання та досвід	64%	29%	7%
Уміння здійснювати комунікацію та налагоджувати взаємодію	21%	34%	45%
Критичність мислення та неупередженість	30%	34%	36%
Управління змінами та проектна діяльність	21%	17%	62%
Уміння досягати поставлених цілей	34%	48%	18%
Управління фінансами та іншим матеріальними, інтелектуальними (духовними) ресурсами	12%	33%	55%

Серед досліджуваних, які працюють у сфері програмування та web-технологій прослідковується тенденція до розвитку виокремлених нами компетентнісних інваріантів професійної діяльності. Компетенції, які позначають здатність до здійснення управління та лідерства у досліджуваних у більшості не сформовані, вони є суто «управлінськими», тому не використовуються програмістами під час вирішення управлінських завдань. Також на несформованому рівні у більшості залишаються такі компетенції як «управління змінами та проектна діяльність» та «управління фінансами та іншим матеріальними, інтелектуальними (духовними) ресурсами» (у 62% та 55%).

Компетенції, що входять до складу інформаційної культури, розвинені у досліджуваних на високому рівні: «уміння працювати з інформацією» сформоване у 64% програмістів, «здатність до використання ІКТ у професійній діяльності» у 86%, проте «критичність мислення» має низькі показники та сформована як соціально-професійна компетенція у 30% досліджуваних, ще у 34% вона знаходиться на етапі формування. Також для представників цієї групи професій не властива здатність до здійснення комунікації та налагодження соціальної взаємодії (у 45% вона не сформована).

У представників цієї групи професій виявився високим рівень розвитку уміння вчитися та освоювати нові знання та досвід (64%) порівняно з державними службовцями у яких лише 32% мають сформований рівень цієї компетенції. У досліджуваних на високому рівні розвинений технологічний рівень інформаційної культури. Про це свідчить рівень розвитку таких компетенцій як «здатність до використання ІКТ у професійній діяльності», яка є сформованою у 86% досліджуваних та «уміння працювати з інформацією» (64%). Щодо соціально-психологічного рівня інформаційної культури особистості, то рівень сформованості цієї компетентностей у досліджуваних залишається на низькому рівні.

Порівнюючи результати дослідження серед категорії осіб держслужбовців та зайнятих в ІТ-сфері ми можемо зробити декілька висновків, щодо розвитку у них інформаційної культури на основі кількісного аналізу та відсоткового співвідношення осіб, у яких були сформованими або залишаються на рівні формування компетенції, що входять до її складу. Інтегральна діяльнісна компетенція, яка є частиною як технологічного, так і соціально-психологічного рівнів інформаційної культури, розвинена у більшій кількості програмістів та зайнятих в ІТ-сфері осіб (64%), лиш у 32% державних службовців ця компетенція є сформованою. Технологічний рівень інформаційної культури краще розвинений у програмістів, оскільки діяльнісна суть їх професійної діяльності опосередкована взаємодією з ІКТ та передбачає певні операції з інформацією. У загальному в досліджуваних двох груп виявилось, що у більшості інформаційна культура знаходиться на етапі формування. На вищому рівні розвинені ті компетенції, які стосуються технологічного рівня

інформаційної культури: уміння працювати з інформацією та «здатність до використання ІКТ у професійній діяльності». Соціально-психологічний рівень інформаційної культури залишається на низькому рівні, оскільки компетенції, що входять до її складу у більшості є не сформованими або знаходяться на етапі формування.

Дослідження, яке ми провели серед студентів соціальності «психологія» (соціономічні професії) та «інформатика», «комп'ютерні системи та мережі», «комп'ютерні технології» (технономічні професії) мало на меті визначити, чи формуються базові інваріанти професійної діяльності, які складають структуру інформаційної культури особистості виключно у межах професій, що пов'язані з публічним державним управлінням. Досліджувані студенти знаходяться на етапі формування професійних компетентностей, деякі з яких, що ми виділили як інваріантну основу професійної діяльності державного службовця, не є професійно-важливими у межах професійної діяльності «психолога», «інженера комп'ютерних систем», «програміста», «адміністратора мережевого устаткування», «програміста». Передбачається, що компетенції, які входять до складу інформаційної культури особистості, мають професійно-важливе значення не лише у межах професій, що пов'язані з публічним управлінням та адмініструванням. На нашу думку, вони мають суспільно-важливе значення, тому забезпечують не лише успішне виконання професійних завдань, але й виконують адаптивну функцію у широкому сенсі.

Отримані нами результати дають підстави вважати, що компетенції, які входять до складу інформаційної культури особистості є універсальними та визначають не лише професійну, але й соціальну успішність особистості (рис.3.9).

Їх формування починається на етапі соціального становлення особистості, з початком освоєння культури та включенням у інформаційне середовище. Інші, виокремлені нами компетенції, формуються у процесі виконання специфічних професійних завдань та не є обов'язковими для успішної соціальної адаптації. Компетенції, які входять до структури інваріантів професійної діяльності державного службовця, можна поділити на базові компетенції та мета-компетенції. На початку нашого дослідження у межах проекту «Оцінювання ринку управлінських державних послуг та функціональної й компетентнісної спроможності державної служби та держслужбовців в Україні» (2018 р.)» на теоретичному рівні було визначено, що компетенція «уміння вчитися та освоювати нові знання та досвід» є мета-інваріантом соціально-професійної активності особистості у сучасних умовах. З урахуванням отриманих нами результатів ми можемо дійти до висновку, що до мета-інваріантів соціономічних та технономічних професій також входять виокремлені нами компетенції, що увійшли до складу інформаційної культури особистості: уміння працювати з інформацією, здатність до використання ІКТ у професійній діяльності, уміння здійснювати комунікацію та налагоджувати взаємодію, критичність мислення та неупередженість.

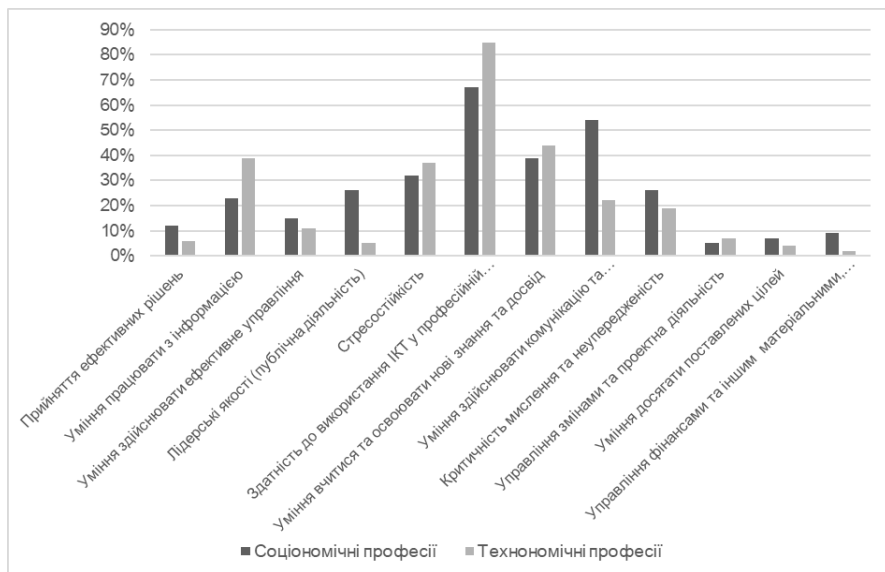


Рис 3.9. Рівень розвитку соціально-професійних компетенцій у представників соціономічних та технономічних професій

Аналіз отриманих нами результатів свідчить про те, що технологічний рівень інформаційної культури особистості розвинений на більш високому рівні порівняно з соціально-психологічним рівнем, у досліджуваних зберігається високий показник сформованості компетенції «уміння вчитися та здобувати нові знання та досвід», що свідчить про наявність особистісного потенціалу для розвитку нових, соціально-необхідних компетенцій. У досліджуваних спостерігається низький рівень сформованості компетенції «критичність мислення та неупередженість», що можна пояснити тим, що досліджувані сприймають інформацію не опосередковуючись від соціально-рольового контексту взаємодії, мають схильність до наслідування інформаційних моделей сприймання, що розповсюджуються через ЗМІ. На найвищому рівні не залежно від професійної приналежності та соціально-вікового розвитку досліджуваних залишається рівень сформованості компетенції «уміння до використання ІКТ у професійній діяльності», у всіх досліджуваних групах вона сформована у більшій половині учасників. Ця компетенція є найбільш розвиненою, оскільки досвід взаємодії з цифровими інформаційними технологіями починається на ранніх етапах соціалізації особистості: використання ІКТ у дозвілєвій діяльності, у навчальному процесі, для налагодження різносторонньої комунікації. У подальшому ця компетенція удосконалюється в професійному середовищі та під час

здійснення інших актів суспільної активності. Компетенції, що входять до складу соціально-психологічного рівня інформаційної культури, сформовані у меншій кількості досліджуваних, оскільки вимагають залучення від особистості значної кількості особистісних ресурсів (у тому числі інтелектуальних). Сформованою у найменшій кількості досліджуваних є компетенція «критичність мислення та неупередженість».

За результатами нашого дослідження ми можемо зробити висновок, що інформаційна культура є частиною загальної культури особистості. Компетенції, що входять до її складу визначають не лише професійну але й соціальну успішність та адаптивність. Отримані нами результати свідчать про те, що формування компетентностей, які входять до складу технологічного та соціально-психологічного рівнів інформаційної культури не обмежено умовами конкретного професійного середовища та починає формуватися на ранніх етапах соціалізації.

ПІСЛЯМОВА

Сучасне інформаційне суспільство у своєму розвитку відкрило для себе потенціал цифрових віртуальних технологій, що призвело до появи нового виду *homo virtualis* або «людини цифрової». Значна частина соціальних та державних процесів віртуалізовані; одними з перших переваги цифрового інформаційного середовища відчули на собі особи юнацького віку, які були психологічно готові до інтеграції у всесвітню глобалізовану спільноту мережі Internet. Хаотизація інформаційної діяльності людини та дезорієнтація на фоні суспільного протистояння змусила сучасну людину шукати світоглядні індикатори оцінки та аналізу інформаційного змісту, вибудовувати певну стратегію пізнання світу.

Використовуючи вихідні положення культурного антропогенезу Б.Ф. Поршнєва, нами було розроблено функціональну модель формування картини світу особистості. Якісні атрибути інформаційного контенту, який людина отримує через суспільні канали інформації, є результатом соціально-рольової ідентифікації реципієнта та комунікатора інформаційного процесу. Зміст інформації та його інтеграція в індивідуальну картину світу залежить від суспільного, історичного, рольового та ситуативного контексту інформаційного процесу. В конкретному континуумі взаємодії з інформаційним контентом особистість здійснює світоглядну орієнтацію власної рольової позиції та ролі, яку приписує собі комунікатор. У сучасному суспільстві існує ряд еволюційно-доцільних ролей, які дають можливість займатися публічною інформаційною діяльністю або унеможливають її. Відповідно до цієї системи рольових стосунків, у якій перебувають суб'єкти інформаційного процесу – відбувається вибір стратегії особистісного світосприйняття. На основі історико-психологічного аналізу культурного антропогенезу суспільства ми виокремили чотири стратегії взаємодії особистості з соціальним середовищем та іншими суб'єктами соціальних відносин: сегрегацію, ексклюзію, інтеграцію, інклюдію. Поява кожної з них свідчила про збільшення ступенів свободи особистості та можливості самоконструювання власної ідентичності й унікальної картини світу.

Спосіб пізнання світу та інтеграції отриманого досвіду і знань у процесі соціальної взаємодії залежить від рольової позиції суб'єкта соціальних відносин та його ідентифікації з адресатом. Особистісне ставлення до інформації залежить від того, яка модель стосунків вибудована у даний момент між нашою роллю та роллю, яка вступила з нами у процес інформаційного обміну. Сучасне інформаційне суспільство дає можливість пересічній особистості бути в контексті основних подій глобалізованого світу. Технологічні засоби зв'язку дають можливість отримувати інформацію з різних джерел та від різних користувачів, які перебувають у різних куточках Землі. Переваги розвитку інформаційного суспільства вбачаються нами, по-перше у доступі до знань, які дають

можливість вирішувати різні життєві завдання та знаходити оптимальні шляхи їх вирішення, по-друге – здійснені різносторонню комунікацію з іншими людьми. Взаємне співіснування людей неможливе без обміну думками, ідеями, суб'єктивними враженнями, фактами та гіпотезами, саме тому ключовою ознакою соціалізації особистості є формування потреб брати та віддавати інформацію, що забезпечуються на психологічному рівні процесами спілкування, мислення, відчуття (перцепції). Потреба в інформаційній взаємодії з іншими членами соціального утворення іноді перевищує нагальні, об'єктивні потреби людини у знаннях для вирішення поточних завдань. У таких випадках зміст інформації нівелюється, а на перший план виступає сам процес споживання чи передачі інформації. Інформаційна залежність на сучасному етапі розвитку суспільства розглядається нами як результат стрімкої інформатизації та неминучий результат змін умов життєдіяльності особистості. В результаті нашого дослідження було виявлено, що сучасні особи юнацького віку мають високий рівень інформаційної залежності, яка пов'язана з умовами їх професійної, культурної, дозвілєвої та інших видів соціальної життєдіяльності.

Глобалізація світової спільноти призвела до появи соціальної віртуалізації - процесу персоналізації особисті в цифровому соціальному середовищі, що, у свою чергу, збільшило інформаційний тиск на людину та призвело до втрати власної автентичності. У процесі реконструкції зовнішньої реальності пересічні люди опираються на загальноприйнятні моделі сприймання, які транслюються через суспільні ЗМІ. Інформаційно-комунікаційні засоби сформували особливий тип соціальних зв'язків, який базується на усвідомленні відсутності фізичних перешкод для здійснення комунікації та взаємовідносин з іншими суб'єктами соціальних відносин. У першу чергу причиною цього стала поява соціальних мереж, які дозволили розширити коло спілкування пересічних людей за рахунок гнучкої системи модульного самоконструювання особистості у віртуальному середовищі.

Утворення потужної Internet-мережі не лише покращило якість життя пересічної особистості, воно призвело до формування ряду деструктивних соціальних феноменів, які порушують нормальний психосоціальний розвиток особистості. В умовах урбаністичного розвитку пересічна особистість стає заручником віртуальних інформаційних процесів. Більшість актів соціальної активності екстраполюються у віртуальний вимір, що формує високий рівень залежності від мережі Internet та тих сервісів, які її наповнюють (соціальні мережі, медіа-контент, інтерактивні сервіси тощо). На сьогоднішній день цифрові соціальні мережі є віртуальним виміром життєдіяльності людей. Вони дають можливість здійснювати комунікацію у просторі, який не має територіальних, часово-просторових та культурно-стратифікаційних обмежень, що полегшує процеси обміну інформацією. Сучасна людина має можливість двічі повноцінно проживати життя у фізичній та цифровій площині, та, користуючись науково-технічними перевагами останньої, нівелювати

перешкоди та вади, які вникають у процесі взаємодії з першою. Сучасна людина, або homo virtualis досить ефективно освоїла віртуальний світ та наповнила його новими елементами.

У представленій роботі викладені результати теоретичних та емпіричних досліджень, які були проведені з 2013 по 2019 роки у межах грантових науково-дослідних проектів, міжнародної співпраці та діяльності громадських організацій. Вони стали основою змісту навчальних курсів, які викладаються для студентів першого рівня вищої освіти спеціальностей 053 Психологія, 052 Політологія та 054 Соціологія, та були представлені на міжнародних наукових заходах країн Європейського Союзу та України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абдеев Р. Ф. Философия информационной цивилизации. Москва : Владос, 1994. 336 с.
2. Абульханова К. А., Березина Т. Н. Время личности и время жизни Санкт-Петербург : Алетейя, 2001. 304 с.
3. Абульханова-Славская К. А. Стратегия жизни Москва : «Мысль», 1991. 158 с.
4. Авдеев Е. А., Бакланов И. С. Социокультурная идентификация: формирование социокультурных ориентиров личности в условиях глобализации. *Актуальные вопросы общественных наук: социология, политология, философия, история*. 2013. № 32. С. 26–32.
5. Адлер А. Понять природу человека. Санкт-Петербург : «Академический проект», 1997. 256 с.
6. Адорно Т. Исследование авторитарной личности. Москва : Астрель, 2012. 480 с.
7. Алексеева О. А. Роль медіа-простору в процесі соціалізації підлітків. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка*. 2015. № 2 (291). С. 6–17
8. Американская социологическая мысль : тексты / [под В. И. Добренькова]. Москва : Изд-во МГУ, 1994. 496 с.
9. Ананьев Б. Г. Человек как предмет познания. Санкт-Петербург : Питер, 2001. 288 с.
10. Андреева Г. М. Психология социального познания. Москва : Аспект Пресс, 1997. 239 с.
11. Андрущенко В. П. Організоване суспільство: проблема організації та суспільної самоорганізації в період радикальних трансформацій в Україні на рубежі століть: досвід соціально-філософського аналізу. Київ : ТОВ «Атлант ЮЕМСІ», 2006. 502 с.
12. Антонченко М. А. Інформаційна культура як складова загальнолюдської культури. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова*. Серія № 2. Комп'ютерно-орієнтовані системи навчання: Збірник наукових праць. Київ : НПУ імені М. П. Драгоманова. 2004. № 1 (8). С.161–166.
13. Анцыферова Л. И. Личность в трудных жизненных условиях: переосмысливание, преобразование ситуаций и психологическая защита. *Психологический журнал*. 1994. № 1. С. 3–18.
14. Арестова О. Н. Бабанин Л. Н., Войскунский А. Е. Мотивация пользователей Интернета. URL: <http://www.relarn.ru/human/motivation.txt>. (дата звернення: 13.03.2017)

15. Арістотель. Риторика. [Електронний ресурс]. URL: https://books.google.com.ua/books/about/Rhetoric.html?id=IOp5CgAAQBAJ&source=kp_cover&redir_esc=y (дата звернення: 12.12.2020).
16. Асмолов А. Г. Культурно-историческая психология и конструирование миров. Москва-Воронеж, 1996. 768 с.
17. Асмолов А. Г. Психология личности. Культурно-историческое понимание развития человека : учебное пособие. 3-е изд. Москва : Смысл, Академия, 2007. 528 с.
18. Ассман А. Простори спогаду. Форми трансформації культурної пам'яті / пер. з нім. К. Дмитренко, Л. Доронічева, О. Юдін. Київ : «Ніка-Центр», 2012. 440 с. (Серія «Зміна парадигми»; Вип. 15)
19. Аудиторія українського Інтернету сповільнила свій ріст за рік зросла лише на 12 % ; (за 19 серпня 2014 р.). URL: <http://watcher.com.ua/2014/08/19/audytoriya-ukrayin-skoho-internetu-spovilnyla-sviy-rist-za-rik-zrosla-lyshe-na-12> (дата звернення: 10.11.2016)
20. Афонін Е. А. Балакірева О. М. Функціональна і компетентнісна готовність державних службовців України до здійснення публічного адміністрування в умовах демократії. *Український соціум*. 2015. № 1 (52). С. 7–22.
21. Баева Л. В. Информационная эпоха: метаморфоза классических ценностей: монография. Астрахань : «Астраханский университет», 2008. 217 с.
22. Бакиров В. С. Социальное познание и общение в постиндустриальном мире. *Науково-практичний журнал Філософія людського спілкування. Філософія, психологія, соціальна комунікація*. 2009. № 1. С. 19–27.
23. Баловсяк Н. В. Інформаційна компетентність фахівця. *Педагогіка і психологія професійної освіти*. 2004. № 5. С. 21–28.
24. Бауман З. Индивидуализированное общество / [пер. с англ. под ред. В. Л. Иноземцева]. Москва : Логос, 2005. 390 с.
25. Бауман З. От паломника к туристу. *Соціологічний журнал*. 1995. № 2. С. 133–154.
26. Бебик В. Держава і громадянське суспільство: партнерські комунікації у глобальному світі : навч.-метод. посіб. / за заг. ред. В. Бебика. Київ, 2006. 248 с.
27. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка наблік рилейшнз : монографія. Київ : МАУП, 2005. 440 с.

28. Бегма В. М., Александров О. С., Маркелов В. М. Оборонна політика України на початку ХХІ століття : аналіт. доп. / [кер. авт. кол. В. М. Бегма ; за ред. О. В. Литвиненка]. Київ : НІСД, 2010. 72 с.
29. Бегоян А. Н., Торосян А. Р. Киберсексуальная зависимость – семья в опасности. *Научно-методический журнал «Евразия»*. 2009. № 1–2 (2–3). С. 19–24.
30. Бек У. Что такое глобализация? Москва : Прогресс-Традиция, 2001. 304 с.
31. Бекон Ф. Новая Атлантида: сочинения в двух томах. Москва : «Мысль», 1978. Т. 2. С. 485–518.
32. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. Москва : «Academia», 2004. 944 с.
33. Белл Д. Социальные рамки информационного общества. *Новая технократическая волна на Западе*. Москва : Прогресс, 1986. С. 330–342.
34. Беллами Е. Будущий век / [пер. с англ. Л. Гей]. Санкт-Петербург : Издательство А. С. Суворина, 1891. 334 с.
35. Бергер П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. Москва : «Медиум», 1995. 323 с.
36. Бжежинський З. Велика шахматна дошка. Москва : Междунар. отношения, 1998. 128 с.
37. Біла І. М. Психологічна характеристика творчої діяльності в сучасних умовах. *Проблеми сучасної психології : Збірник наукових праць Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка, Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України* / [за ред. С. Д. Максименка, Л. А. Онуфрієвої]. Вип. 7. Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2010. С. 64–75.
38. Біленчук П. Д. Комп'ютерна злочинність : навчальний посібник. Київ : Атіка, 2002. 240 с.
39. Білоусов О. С. Інформаційне суспільство в сучасній Україні: тенденції розвитку : монографія. Одеса : Гельветика, 2015. 359 с.
40. Бодріяр Ж. Символічний обмін і смерть / [пер. з французької Леоніда Кононовича]. Львів : Кальварія, 2004. 376 с.
41. Бодріяр Ж. Фатальні стратегії / [пер. з фр. Леоніда Кононовича]. Львів : Кальварія, 2010. 192 с.
42. Бодров В. А. Информационный стресс : учебное пособие для вузов. Москва : ПЕР СЭ, 2000. 352 с.
43. Боно Э. Я прав – вы заблуждаетесь / [пер. с англ. Е. А. Самсонов]. Минск : «Попурри», 2006. 368 с.

44. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. Москва : Издательский дом «Вильямс», 2004. 432 с.
45. Бромлей Ю. В. Современные проблемы этнографии. Москва : Наука, 1981. 390 с.
46. Брунер Дж. Психология познания. За пределами непосредственной информации / [пер. с англ.]. Москва : Прогресс, 1977. 413 с. (Общественные науки за рубежом. Философия и социология).
47. Брутян Г. А. Языки картина мира. *Философские науки*. 1973. № 1. С. 108–115.
48. Бурдые П. Структуры практики. *Современная социальная теория*. Новосибирск, 1995. С. 16–32
49. Ваганова О. В. Роль засобів масової комунікації у процесі глобалізації : автореф. дис. на здобуття наук. ступ. канд. політ. наук : спец. 23.00.03 «Політична культура та ідеологія». Київ, 2003. 11 с.
50. Вайсгербер Й. Родной язык и формирование Духа. Москва, 2004. 232 с.
51. Валлерстайн И. Анализ мировых систем и ситуация в современном мире. Санкт-Петербург : Университетская книга, 2001. 416 с.
52. Валлерстайн И. После либерализма. Москва : Едиториал УРСС, 2003. 256 с.
53. Васютинський В., Фролова О. Стереотипи взаємного сприймання етнічних українців і росіян. *Російськомовна спільнота в Україні: соціально-психологічний аналіз : монографія* / ред.: В.О. Васютинський; НАПН України, Ін-т соц. та політ. психології. Київ : Імекс-ЛТД, 2012. С. 107–119.
54. Вебер М. Избранные сочинения. Москва : «Прогресс», 1990. 808 с.
55. Вебер М. Поняття соціальної дії. *Господарство і суспільство*. Київ : Всесвіт, 2012. С. 37–64
56. Вебер М. Соціологія. Загальноісторичні аналізи. Політика. Київ : «Основи», 1998. 534 с.
57. Вежицкая А. Язык. Культура. Познание / [пер. с англ., отв. ред. М. А. Кронгауз, вступ. ст. Е. В. Падучевой]. Москва : Русские словари, 1996. 416 с.
58. Вернадский В. И. Научная мысль как планетное явление / [отв. ред. А. Л. Яншин]. Москва : Наука, 1991. 437 с.
59. Вернадский В. И. Несколько слов о ноосфере. *Успехи современной биологии*. 1944. № 18 (2). С.113–120.
60. Вернадский В. И. Философские мысли натуралиста: [Сборник: К 125-летию со дня рождения]. Москва : Наука, 1988. 519 с.

61. Войскунский А. Е. Феномен зависимости от Интернета. *Гуманитарные исследования в Интернете*. Москва, 2000. С. 100–131.
62. Войскунский А. Е. Групповая игровая деятельность в Интернете. *Психологический журнал*. 1999. Т. 20, № 1. С. 126–132.
63. Воробьев Г. Г. Информационная культура в управленческом труде. Москва : Экономика, 1971. 106 с.
64. Воронкова В. Г. Філософія розвитку сучасного суспільства: теоретико-методологічний контекст: монографія. Запоріжжя : РВВ ЗДІА, 2012. 262 с.
65. Воронкова В. Г. Філософія глобалізації: соціоантропологічні, соціоекономічні та соціокультурні виміри: монографія Запоріжжя : Видавництво ЗДІА, 2010. 272 с.
66. Воронкова В. Г. Формування інформаційної культури особистості як умова успішної адаптації людини до життя в інформаційному суспільстві . *Гілея: науковий вісник: зб. наук. праць*. Київ : Вид-во УАН ТОВ «НВП» «ВІР», 2014. Вип. № 86 (7). С. 198–203.
67. Габермас Ю. Громадянство і національна ідентичність. *Умови громадянства: зб. ст.* / [під ред. Варта ван Стінбергена]. Київ, 2005. С. 49–70.
68. Габермас Ю. Демократія. Розум. Моральність. Москва : «Academia», 1995. 256 с.
69. Габермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. Санкт-Петербург : Наука, 2000. 380 с.
70. Гадамер Г.-Г. Истина і метод. Т. 1: Герменевтика: Основы філософ. герменевтики. Київ : Юніверс, 2000. 464 с.
71. Галус О. М. Соціалізація особистості: сутність, концептуальні підходи у наукових теоріях, напрямках, школах. *Збірник наукових праць Хмельницького інституту соціальних технологій Університету «Україна»*. 2010. № 2. С. 69–75.
72. Гендина Н. И. Информационная грамотность или информационная культура: альтернатива или единство (результаты российских исследований). *Школьная библиотека*. 2005. № 3. С. 18–24.
73. География в информационном мире : научное издание. Киев : Либідь, 2005. 181 с.
74. Гірц К. Інтерпретація культур : Вибрані есе / пер. с англ. ; [под общ. рук. Н. Комарова]. Київ : Дух і Літера, 2001. 542 с.
75. Глобалізація і безпека розвитку : монографія / О. Г. Білорус, М. О. Гончаренко, В. А. Зленко та ін. / [за ред. О. Г. Білоруса]. Київ, 2001. 733 с.

76. Гнатышина Е. А. Теоретические аспекты управления инновационными процессами в учреждении профессионально педагогического образования : моногр. Москва : «Спутниклюс», 2007. 184 с.
77. Гнидюк А. А., Ильто И. М., Луканюк Е. Г., Ференс Б. В. Восстановление доверия к политике благодаря участию молодежи: Украина, Грузия, Молдова. Belgium-Amsterdam-Киев : FEPS, FMS, ИДСП, 2016. 86 с.
78. Гобс Т. Левиафан, или материя, форма и власть государства церковного и гражданского. URL: <http://www.civisbook.ru/files/File/Gobbs.Leviafan.pdf> (дата звернення: 22.10.2016)
79. Горбунова В. В. Психологічні особливості детермінації етнічної свідомості у юнацькому віці. *Актуальні проблеми психології: Том 6. Обдарована особистість: пошук, розвиток, допомога (Збірник наукових праць)* / за заг. ред. С. Д. Максименка. Київ : “BONA MENTE”, 2002. Вип. 3. (2 частина). С.60–65.
80. Горелова Е. В. Информационная культура и ее роль в формировании личности : диссертация ... кандидата культурологии : 24.00.01 / Вят. гос. гуманитар. ун-т]. Нижневартовск, 2008.135 с.
81. Гоулман Д. Эмоциональный интеллект. Почему он может значить больше, чем IQ ? Москва : «Манн, Иванов и Фербер», 2013. 560 с.
82. Гришина Н. В. Психология социальных ситуаций. *Вопросы психологии*. 1997. № 1. С. 121–132.
83. Гузьман О. А. Комп'ютерна залежність підлітків: соціологічні аспекти дослідження. *Вісник ХНУВС*. 2011. № 1 (52). С. 369–380
84. Гумбольдт В. фон. Характер языка и характер народа / [пер. О. А. Гулыги]. *Язык и философия культуры* / сост., общ. ред. и вступ. ст. А. В. Гулыги, Г. В. Рамишвили ; [пер. с нем.]. Москва : Прогресс, 1985. С. 370–381.
85. Гумбольдт В. Язык и философия культуры. Москва : Прогресс, 1985. 452 с.
86. Гуревич Р. С. Формування інформаційної культури майбутнього фахівця. *Педагогіка і психологія професійної освіти: результати досліджень: Збірник наук. праць* / [за ред. І. А. Зязюна, Н. Г. Ничкало]. Київ, 2003. С. 354–360.
87. Гуріненко І. Ю. Медіаосвіта як засіб професійної підготовки фахівця цивільного захисту. *Інформаційні та телекомунікаційні технології в сучасній освіті: досвід, проблеми, перспективи* : зб. наук. праць. Частина 1 / [за ред. М. М. Козярата, Н. Г. Ничкало]. Львів : ЛДУБЖД, 2009. С. 181–184.

88. Гуркина О. А. Мотивы использования виртуальных социальных сетей подростками. *Социологические исследования*. 2015. № 5. С. 123–130.
89. Гусельцева М. С. Культурно-аналитический поход к феномену информационной социализации. *Мир Психологии*. Москва-Воронеж 2010. № 3. С. 26–34.
90. Дебор Г. Общество спектакля ; [пер. с фр. С. Офертаса и М. Якубович]. Москва : Логос, 1999. 224 с.
91. Декларация принципов построение информационного общества – глобальная задача в новом тысячелетии. URL: http://www.itu.int/net/ws/is/documents/doc_multi.asp?lang=en&id=11610 (дата обращения: 10.02.2017)
92. Дементьева С. В. Правовой статус средств массовой коммуникации : учеб. пособие. Томск : Изд-во ТПУ, 2006. 188 с.
93. Деррида Ж. Диссеминация (La Dissemination) / [пер. с фр. Д. Кралечкина; науч. ред. В. Кузнецов]. Екатеринбург : «У-Фактория», 2007. 608 с.
94. Джерджен К. Социальный конструкционизм: знание и практика. Минск: БГУ, 2003. 229 с.
95. Джинчарадзе Н. Г. Інформаційна культура особи: формування та тенденції розвитку (соціально-філософський аналіз): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філос. наук: 09.00.03. Київ, 1997. 45 с.
96. Джонассен Д. Х. Компьютер как инструмент познания: изучение с помощью технологий, а не из технологий. *Информатика и образование*. 1996. № 4. С. 117–31.
97. Дмитриев А. Н. Опыт сотрудничества П. Лазарсфельда и Т. Адорно в исследовании массовой коммуникации. *Социологический журнал*. 1997. № 3. С. 151–158.
98. Добровольська А. Б. Інформаційний простір: проблеми становлення нової якості національного росту. URL http://www1.nas.gov.ua/publications/books/serii/academy/1102010/Documents/2010_03/a14.pdf (дата звернення: 13.05.2015)
99. Доронін І. М. Трансформації національної безпеки в інформаційну епоху: загальна доктрина та її правова складова. *Інформація і право*. 2018. № 1. С. 104–111.
100. Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. Москва : Наука, 1984. 268 с.
101. Друкер П. Энциклопедия менеджмента: Весь Питер Друкер в одной книге: лучшие работы по менеджменту, написанные за 60 лет. Москва, Санкт-Петербург ; Киев : Издательский дом «Вильямс», 2004. 421 с.

102. Дубов Д. В., Ожеван М. А., Гнатюк С. Л. Інформаційне суспільство в Україні : глобальні виклики та національні можливості : аналіт. доп. [кер. авт. кол. Д. В. Дубов]. Київ : НІСД, 2010. 64 с.
103. Дьюи Дж. Психология и педагогика мышления. Москва : Лабиринт, 1999. 186 с.
104. Дьюи Дж. Реконструкция в философии / [пер. с англ. М. Занадворова, М. Шикова]. Москва : Логос, 2001. 161 с.
105. Дэвлет Е. Г. Памятники наскального искусства: изучение, сохранение, использование. Москва : Научный мир, 2002. 240 с.
106. Дюркгейм Э. Самоубийство: социологический этюд. Санкт-Петербург : Союз, 1998. 496 с.
107. Дюркгейм Э. Элементарные формы религиозной жизни. (Введение, первая глава; перевод А. Б. Гофмана). *Мистика. Религия. Наука. Классики мирового религиоведения. Антология*. Москва, Канон , 1998. 432 с.
108. Ежевская Т. И. Психологическое воздействие информационной среды на современного человека. *Психопедагогика в правоохранительных органах*. 2009. № 2. С.38–41.
109. Ершов А. П. Информация: от компьютерной грамотности учащихся к информационной культуре. *Коммунист*. 1982. № 2. С. 82–92.
110. Жалдак М. І. Про деякі методичні аспекти навчання інформатики в школі та педагогічному університеті. *Наукові записки Тернопільського національного університету ім. В. Гнатюка. Серія: Педагогіка*. 2005. № 6. С. 17–24.
111. Жижина М. В. Медиапсихология: исторический экскурс в становление научной дисциплины. *Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования*. 2016. № 4. С.10–19.
112. Жичкина А. Е. О возможностях психологических исследований в сети Интернет. *Психологический журнал*. 2000. № 2. Т. 21. С. 75–78.
113. Зашкільняк Л. Історична пам'ять та історіографія як дослідницьке поле для інтелектуальної історії. *Confraternitas. Ювілейний збірник на пошану Ярослава Ісаєвича* / [відп. редактор М. Крикун ; заст. відп. редактора О. Середа]. Львів, 2006–2007. С. 855–862.
114. Зашкільняк Л. Україна і Польща в ХХ столітті: від конфліктів до порозуміння. *Україна: культурна спадщина, національна свідомість, державність*. Вип. 17: Українсько-польсько-білоруське сусідство: ХХ століття / голова ред. кол. Я. Ісаєвич ; упорядн. М. Литвин, В. Футала. Львів, 2008. С. 3–18.
115. Здравомыслов А. Г. Человек и его работа. Москва : Экономика, 1989. 185 с.

116. Зелинский С. А. Манипулирование личностью и массами. Санкт-Петербург : Издательско-Торговый Дом «СКИФИЯ», 2008. 240 с.
117. Зерній Ю. О. Історична пам'ять як об'єкт соціальної політики. *Стратегічні пріоритети*. 2007. № 1 (2). С.71–76.
118. Зиммель Г. Избранное. Т. 2. Созерцание жизни. Москва : Юрист, 1996. 607 с.
119. Зиновьев А. А. Я мечтаю о новом человеке. Москва : Алгоритм, 2007. 240 с.
120. Зинченко В. П. Готовность к мысли. *Вопросы психологи*. 2005. № 4. С. 63–75.
121. Зинченко В. П. Посох Осипа Мандельштама и Трубка Мамардашвили: к началам органической психологии. Москва : Новая школа, 1997. 335 с.
122. Зинченко Ю. П., Шайгерова Л. А., Шилко Р. С. Психологическая безопасность личности и общества в современном информационном пространстве. *Национальный психологический журнал*. 2011. № 2. С. 48–59.
123. Знахоренко О. М. Стратегічне партнерство в українсько-польських відносинах : державно-політичний та військовий аспекти. *Людина і політика : Український соціально-гуманітарний науковий журнал*. 2004. № 3. С. 29–40.
124. Иванов М. С. Психологические аспекты негативного влияния игровой компьютерной зависимости на личность человека. URL: http://www.sanaris.com.ua/experts_and_services/info/specialist/psihoterapevt/2005/09/14/psihologicheskie_asp_2030.html. (дата обращения: 18.10.2018)
125. Игнатъев В. И. Виртуальное социальное действие и трансформация повседневных практик. *Вестник Московского университета. Сер. 18, Социология и политология : научный журнал*. 2010. № 3. С. 91–104.
126. Иноземцев В. Л. За пределами экономического общества: постиндустриальные теории и постэкономические тенденции в современном мире. Москва : Academia, 1998. 640 с.
127. Иноземцев В. Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы : учеб. пособие для студентов вузов. Москва : Логос, 2000. 304 с.
128. История зарубежной психологии (30-60-е. гг. XX в.) / за ред. М. Г. Ярошевского, О. М. Туджиняна, О. К. Тихомирова. Москва : Изд-во Московского университета, 1986. 342 с.
129. Кабанес О. Революционный невроз. Санкт-Петербург : Издательство Д. Ф. Коморского, 1906. 75 с.

130. Калакура О. Я. Поляки в етнополітичних процесах на землях України у XX столітті. Київ : Знання України, 2007. 508 с.
131. Карагодов С. Д. Информационная культура в контексте общей теории культуры личности. *Педагогическая информатика*. 2000. № 2. С. 41–55.
132. Карамишев Н. В. Логіка : теоретична і прикладна : навчальний посібник. Київ : Знання, 2011. 455 с.
133. Киридон А. Українсько-польські відносини: «нова ера» співпраці. *Україна-Європа-Світ : міжнародний збірник наукових праць на пошану проф. М. М. Алексієвця* / редкол.: Ю. М. Алексєєв, Л. М. Алексієвцев, М. М. Алексієвцев [та ін.]. Тернопіль, 2011. Вип. 5 : Україна-Європа-Світ: історико-політичні та гуманітарні аспекти розвитку : у 2 ч., Ч. 2. С. 128–135.
134. Кириченко В. В. Основи медіапсихології : методичні рекомендації. Житомир : ЖДУ ім. І. Франка, 2015. 25 с.
135. Кириченко В. В. Дискретність рефлексії життєвих подій студентів вузу. *Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Вища освіта в медсестринстві: проблеми та перспективи» приуроченої до 135 річниці заснування Житомирського інституту медсестринства* / [за ред. В. Й. Шатила]. Житомир : Полісся, 2010. С. 135–136.
136. Кириченко В. В. До проблеми розвитку цінностей свідомості у контексті аналізу рефлексії дискретності життєвих подій. *Вісник ХНПУ імені Г. С. Сковороди. Психологія*. Харків: ХНПУ, 2010. Вип. 37. С. 162–168.
137. Кириченко В. В. Екологічні аспекти інформаційної безпеки суспільства. *Освіта і наука*. 2014. № 5. С. 146–150.
138. Кириченко В. В. Життєва подія як джерело розвитку ціннісної свідомості. *Актуальні проблеми соціально-економічних трансформацій у міжнародному середовищі: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції* / [за ред. Мартинюк В. Ф. та інші]. Тернопіль : ТКІ, 2010. С. 30–32.
139. Кириченко В. В. Життя в епоху перемін. *Наука і освіта*. 2016. № 5. С. 107–112
140. Кириченко В. В. Літературне полотно життя. *Актуальні проблеми психології: Збірник наукових праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України*. Київ : Видавництво «Фенікс», 2015. Т. XII. Випуск 21. С. 124–132
141. Кириченко В. В. Політичний вибір особистості: формування позиції «за» та «проти». *Проблеми політичної психології : зб. наук. праць* /

- [редакційна колегія: Л. А. Найдьонова, Л. Г. Чорна, І. Г. Батраченко та ін.]. Київ : Міленіум, 2015. Вип. 2 (16). С. 349–360
142. Кириченко В. В. Психологическая безопасность личности в современной информационной среде. *GESJ: Education Science and Psychology*. 2017. № 1 (43). С. 34–38.
 143. Кириченко В. В. Психологические особенности формирование картины мира в современном информационном обществе. *GESJ: Education Science and Psychology*. 2017. № 2 (44). С. 7–13
 144. Кириченко В. В. Психологічна природа міжгрупового протистояння та еволюція суспільних відносин. *Studia Politologica Ucraino-Polona*. Випуск 6. Житомир-Київ-Краків : Вид. О. О. Євинок, 2016. С.312–323
 145. Кириченко В. В. Психологія інформаційної діяльності : навчальний посібник / 2-ге вид. перероб. і доп. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. 146 с.
 146. Кириченко В. В. Рефлексія динаміки розвитку здібностей у процесі професійної адаптації. *Актуальні проблеми психології: Збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України*. Київ : Видавництво «Фенікс», 2013. Т. XII. Випуск 16. С. 165–173.
 147. Кириченко В. В. Рефлексія дискретності кризових подій життєвого шляху особистості. *Актуальні проблеми психології: Психологія особистості. Психологічна допомога особистості* / за ред. С. Д. Максименка, М. В. Папучі. Київ, 2010. Т. 11. Вип. 3. С. 132–137.
 148. Кириченко В. В. Рольова ідентифікація комунікатора як чинник формування картини світу в інформаційному суспільстві. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія «Психологічні науки». 2018. Вип. 3. Т. 1. С. 169–173.
 149. Кириченко В. В. Соціокультурні ресурси рефлексії дискретності життєвих подій. *Матеріали Міжвузівської науково-практичної конференції «Психологія розвитку в аксіологічному вимірі»*, 2010. С. 53–60.
 150. Кириченко В. В. Соціологічне дослідження специфіки споживання інформації через ЗМІ юнаками та підлітками (за результатами дослідження 2014 року). *Суспільно-політичні та психологічні студії*. Вип.1 / [за ред. В. Климчука, С. Лодзінського, С. Рудницького]. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2017. С.58–63.
 151. Кириченко В. В. Становлення особистісної ідентичності у процесі професійної адаптації / Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата психологічних наук (19.00.03 – психологія праці, інженерна психологія). – Київ : Інститут психології

- імені Г.С. Костюка НАПН України ; Ж. : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2014. – 20 с.
152. Кириченко В. В. У пошуках людської душі. *Актуальні проблеми психології* : збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. К.: Видавництво «Фенікс», 2014. Т. XII. Вип. 20. С.116–123.
153. Кириченко В. В. Феноменологія ціннісно-рольової готовності до роботи у системі державної служби. *Теоретичні та прикладні проблеми психології*. 2015. № 3 (38). Т. 2. С.165–173.
154. Кириченко В. В. Особливості ціннісного розвитку студентів-відмінників першого курсу. *Матеріали III Міжрегіонального семінару з впровадження програми ціннісної підтримки розвитку здібностей та обдарованості «Три кроки»*. Житомир, 2010. С.35–38
155. Класифікатора професій ДК 003:2010 (затверджений Наказом Держспоживстандарту України від 28.07.2010 № 327). URL: http://www.ukrstat.gov.ua/klasf/nac_ks/op_dk003_2016.htm (дата звернення: 12.11.2011).
156. Климова Т. Е. Подготовка учителя к использованию новых информационных технологий в профессиональной деятельности: метод. пособие. Магнитогорск : МаГУ, 2006. 175 с.
157. Ковалева Н. Н. Информационное право России : учеб. пособие. Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашко и Ко», 2007. 148 с.
158. Ковбасюк Ю. В. Електронне врядування: європейський досвід та українські перспективи. *Інвестиції: практика та досвід*. 2010. № 16. С. 81–83.
159. Козловець М. А. Національна ідентичність в Україні в умовах глобалізації : монографія. Київ : ПАРАПАН, 2010. 348 с.
160. Коломинский Я. Л. Социально-психологические особенности совместной игровой и трудовой деятельности дошкольников. *Вопросы психологии*. 1986. № 5. С. 38–44.
161. Колшанский Г. В. Объективная картина мира в познании и языке. Москва : «Наука», 1990. 103 с.
162. Кон И. С. В поисках себя: Личность и ее самосознание. Москва : Политиздат, 1984. 335 с.
163. Конфисахор А. Г. Психология власти / 2-е изд., перераб. и доп. Санкт-Петербург : Питер, 2004. 235 с.
164. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція). URL: <https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/> kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya (дата звернення: 13.11.2013)

165. Копиленко О. Влада інформації. Львів : Львівський ун-т, 1990. 160 с.
166. Короленко Ц. П. Аддиктивное поведение, общая характеристика и закономерности развития. *Обзор психиатрии и медицинской психологии*. 1991. № 3. С. 8–15.
167. Корытникова Н. В. Интернет-зависимость и депривация в результате виртуальных взаимодействий. *Социологические исследования*. 2010. № 6. С. 70–79.
168. Костенко Н. В. Мас-медіа у виборах: ціннісні орієнтації політичної сфери. *Політична думка*. 1999. № 4. С. 100–120.
169. Костенко Н. В. Ценности и символы в массовой коммуникации: Дис...д-ра социол. наук: 22.00.04 / Институт социологии, Киев, 1994. 303 с.
170. Костюченко О. В. До проблеми соціальності перцептивних процесів. *Гуманітарний корпус : збірник наукових статей з актуальних проблем філософії, культурології, психології, педагогіки та історії*. – Випуск 16. – Вінниця : ТОВ Нілан-ЛТД, 2018. С. 93-96.
171. Костюченко О. В. Апперцептивний складник формування образу світу сучасного фахівця в медіаперцептивній комунікації. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*. Серія : Психологія. 2020. Т. 31(70). № 2. С. 30-36.
172. Костюченко О. В. Роль перцептивної активності в об'єктивному відображенні дійсності. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*. Серія : Психологія. 2020. Т. 31(70). № 1. С. 21-27.
173. Косяк О. Теорії масової комунікації: навч. посіб. Луцьк: ВНУ ім. Лесі Українки, 2012. 384 с.
174. Кочерга О. В. Критичне мислення у навчальній діяльності. *Проблеми загальної та педагогічної психолога*. Збірник наукових праць Інституту психолога ім. Г. С. Костюка АПН України. / За ред. С. Д. Максименка. Київ, 2001. Т. III. (ч. 6). С. 191–196.
175. Кроник А. А. Психологический возраст личности. *Психологический журнал*. Москва, 1983. №5. С. 57–65.
176. Кудашкіна О. З. Кіберсоціалізація як новий вид соціалізації у віртуальному середовищі. *Соціальна педагогіка: теорія та практика*. 2011. № 1. С. 12–18.
177. Кузнецова Ю. М. Психология жителей Интернета. Москва, 2007. 227 с.
178. Кузь О. М. Ідентифікація як екзистенціальний проект. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. 2017. № 2 (33). С. 282–286.

179. Кули Ч. Человеческая природа и социальный порядок. Москва : Идея-Пресс, Дом интеллектуальной книги, 2000. 312 с.
180. Ладига Л. И. Глобальное информационное общество: позитивные и негативные стороны. *Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції «Глобалізація інформаційного суспільства й інтеграційні процеси: стан та перспективи розвитку»*. Луганськ, 2011. С. 64–68.
181. Лайон Д. Інформаційне суспільство: проблеми та ілюзії. *Сучасна зарубіжна соціальна філософія*. Київ, 1996. С. 362–380.
182. Лакофф Дж. Метафоры, которыми мы живем. Москва : Едиториал УРСС, 2004. 256 с.
183. Лалл Дж. Мас-медіа, комунікація, культура: Глобальний підхід. Київ : К.І.С., 2002. 264 с.
184. Латиш Н. М. Розв'язування молодшими школярами конструктивних задач в ускладнених умовах. *Актуальні проблеми психології: Проблеми психології творчості*. Збірник наукових праць / за ред. В. О. Моляко. Т. 12. Вип. 7. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2009. С. 138–143.
185. Лебедев-Любимов А. Психология рекламы. Санкт-Петербург : Питер, 2002. 368 с.
186. Леви-Строс К. Мифологии. в 4-х т. Т. 3. Происхождение застольных обычаев. Москва ; Санкт-Петербург : Университетская книга, 2000. 461 с.
187. Леви-Строс К. Первобытное мышление / [пер., вступ. ст. и прим. А. Б. Островского]. Москва : Республика, 1994. 384 с.
188. Леви-Строс К. Путь масок / [пер. с фр., сост., вступ. ст. и примеч. А. Б. Островского]. Москва : Республика, 2000. 399 с.
189. Левкович В. П. Социально-психологические проблемы этнического сознания. *Социальная психология и общественная практика*. Москва, 1985. С. 138–153.
190. Левченко Л. Л. Філософські основи інформації. Житомир : «Полісся», 2007. 176 с.
191. Лейбниц Г. В. Монадология. URL: <http://philosophy.ru/library/leibnitz/mon.html> (дата обращения: 29.11.2016)
192. Леонардо да Винчи. Избранные произведения: в 2т. Москва : Academia, 1935. С. 114–115.
193. Леонтьев А. Н. Образ мир. Избр. психолог. произведения. Москва : Педагогика, 1983. С. 251–261

194. Леонтьєва Л. Є. Пропаганда інформаційно-психологічний складник політичних процесів.: монографія. Київ-Львів : Факт, 2004. 298 с.
195. Линдсей Г. Творческое и критическое мышление. *Познавательные психические процессы* / [сост. и общ. ред. А. Г. Маклакова]. Санкт-Петербург : Питер, 2001. С. 445–449.
196. Линник А. Я запостил фейковую новость в украинском Facebook и получил 18 тысяч шервов за два дня. URL: <https://ain.ua/2018/03/18/marku-ne-pobedit-fejki> (дата обращения: 15.10.2018)
197. Липман М. Рефлексивная модель практики образования. Cambridge, 1991. Р. 7–25. URL: <http://www.philosophy.ru/iphras/library/deti/ch2.html> (дата обращения: 04.06.2018)
198. Липпман У. Общественное мнение. / [пер. с англ. Т. В. Барчуновой]. Москва : Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. 384 с.
199. Литовченко І. Діти в Інтернеті: як навчити безпеці у віртуальному світі : посібник для батьків. Київ : ТОВ «Видавничий будинок «Аванпост-Прим», 2010. 48 с.
200. Луковцкая Е. Г. Социально-психологическое значение толерантности к неопределенности: диссертация на соискание учёной степени кандидата психологических наук: 19.00.05. Санкт-Петербург, 1998. 173 с.
201. Луман Н. Реальность массмедиа / [пер. с нем. А. Ю. Антоновского]. Москва : Праксис, 2005. 256 с.
202. Лурье С. В. Психологическая антропология: история, современное состояние, перспективы: учебное пособие для вузов / 2-е изд. Москва : Академический проект: Альма Матер, 2005. 624 с.
203. Лучинкіна А. І. Психологічний аналіз інститутів та механізмів соціалізації у підлітковому та юнацькому віці. *Проблеми загальної та педагогічної психології*. Т. 12. Ч. 7. С. 283–290.
204. Лучинкіна А. І. Психологічні аспекти віртуальної соціалізації. *Проблеми сучасної психології* : збірник наукових праць Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка, Інституту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України / за ред. С. Д. Максименка, Л. А. Онуфрієвої. Вип. 14. Кам'янець Подільський: Аксіома, 2011. С. 445–454.
205. Мамардашвили М. К. Как я понимаю философию / 2-ое издание, измененное и дополненное ; [сост. и общ. ред. Ю. П. Сенокосова]. Москва : «Культура», 1992. 408 с.
206. Мангейм К. Идеологія і утопія / [пер. з нім]. Київ : Дух і література. 370 с.

207. Математический энциклопедический словарь / [под. ред. Ю. В. Прохорова]. Москва : Советская энциклопедия. 1988. 816 с.
208. Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США. Москва : Прогресс, 1966. 462 с.
209. Медіакультура. Навчальна програма для учнів 9, 10, 11 класів закладів загальної середньої освіти (три роки навчання) / Л. А. Найдьонова, Н. І. Череповська, О. Л. Вознесенська, Ю. С. Чаплінська, Н. О. Обухова, Н. Л. Дятел, І. О. Бондаревська, О. О. Кришовська ; уклад. Л. А. Найдьонова, Н. І. Череповська ; за ред. Л. А. Найдьонової. Київ, 2018. 78 с.
210. Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд. / Іванов В., Волошенюк О., Кульчинська Л., Іванова Т., Мірошніченко Ю ; 2-ге вид., стер. Київ : АУП, ЦВП, 2012. 58 с.
211. Многомерный образ человека: на пути к созданию единой науки о человеке / [под общ ред. Б.Г. Юдина]. М. : Прогресс-традиция, 2006. 368 с.
212. Моль А. Социодинамика культуры / [пер. с фр.] ; предисл. Б. В. Бирюкова ; изд. 3-е. Москва : Издательство ЛКИ, 2008. 416 с.
213. Моляко В. А. Психологические проблемы творческой одаренности. Киев : Знание, 1995. 52 с.
214. Моляко В. А. Психология конструкторской деятельности. Москва : Машиностроение, 1983. 134 с.
215. Моляко В. О., Музика О. Л. Творчий потенціал людини як психологічна проблема. *Здібності, творчість, обдарованість: теорія, методика, результати досліджень* / [за ред. В. О. Моляко, О. Л. Музики]. Житомир : Вид-во Рута, 2006. С. 13–21.
216. Моляко В. А. Исходные предпосылки построения концепции творческого восприятия. *Актуальні проблеми психології : Проблеми психології творчості* : Збірник наукових праць / [за ред. В. О. Моляко]. Т. 12. Вип. 8. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2009. С. 7–16.
217. Моляко В. А. Поэтическая психология. *Актуальні проблеми психології: Проблеми психології творчості*: Зб. наук. праць / [за ред. В. О. Моляко]. Т. 12. Вип. 3. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2007. С. 7–21.
218. Моляко В. А. Проблемы психологии творчества и разработка подхода к изучению одаренности. *Вопросы психологии*. 1994. С. 86–95.
219. Моляко В. А. Психея в кимоно (эскиз к портрету О. К. Тихомирова). *Методология и история психологии*. 2009. Т. 4. Вип. 4. С. 142–146.

220. Моляко В. А. Творческое поэтическое мировосприятие. *Актуальні проблеми психології* : Збірник наукових праць / [за ред. В.О. Моляко]. Т. 12. Вип. 6. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2009. С. 7–19.
221. Моляко В. А. Что такое восприятие мира ? *Идеи О. К. Тихомирова и А. В. Брушлинского и фундаментальные проблемы психологии (к 80-летию со дня рождения)*. Материалы Всероссийской научной конференции (с иностранным участием). Москва, 30 мая – 1 июня 2013 г. Москва : Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, 2013. С. 333–337.
222. Моляко В. О. Психологічні проблеми конструювання образу світу (загальні положення робочої концепції). *Актуальні проблеми психології*: Збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. Київ : Видавництво «Фенікс», 2018. Т. XII. Вип. 24. С.5–18.
223. Моляко В. О. Творчий потенціал людини як психологічна проблема. *Здібності, творчість, обдарованість: теорія, методика, результати досліджень* / [за ред. В. О. Моляко, О. Л. Музики]. Житомир: Вид-во Рута, 2006. С. 13–21.
224. Морина Л. Ритуальный танец и миф. *Религия и нравственность в секулярном мире*. Материалы научной конференции (28-30 ноября 2001 г. Санкт-Петербург). Санкт-Петербург : Санкт-Петербургское философское общество. 2001. С. 118–124
225. Моррис Ч. Значение и означивание. *Семиотика*. Москва : «Радуга», 1983. С. 118–132.
226. Моррис Ч. Основания теории знаков. *Семиотика*. Москва : «Радуга», 1983. С. 37–89.
227. Московичи С. Социальные представления: исторический взгляд. *Психологический журнал*.1995. № 1. С. 3–18.
228. Московичи С. Век толп Исторический трактат по психологии масс. Москва : «Центр психологии и психотерапии», 1998. 480 с.
229. Московичи С. Машина, творящая богов / [пер. с фр.]. Москва : «Центр психологии и психотерапии», 1998. 560 с.
230. Музика О. Л. Інтеграція особистісного досвіду як психологічний механізм розвитку творчої обдарованості. *Актуальні проблеми психології*: Збірник наукових праць / [за ред. В. О. Моляко]. Т. 12. Вип. 3. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2007. С. 159–164.
231. Музика О. Л. Розвиток здібностей і розвиток особистості. *Здібності, творчість, обдарованість: теорія, методика, результати досліджень* / [за ред. В. О. Моляко, О. Л. Музики]. Житомир: Вид-во Рута, 2006. С.31–21.

232. Муравицький В. О. Інформаційна культура особистості як нова антропологічна риса в сучасному глобалізованому світі. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2009. № 47. С. 42–46.
233. Найдьонова Л. А. Голодомор: страждання, спричинені політичною технологією. *Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави*. Київ : Міленіум, 2009. Вип. 9. С. 73–82.
234. Найдьонова Л. А. Медіапсихологія як нова галузь соціально-психологічного знання: проблеми і перспективи. *Наук. студії із соц. та політ. психології*: Зб. статей. Київ : Міленіум, 2009. Вип. 23 (26). С. 218–230.
235. Найдьонова Л. А. Трансгенераційна передача психологічної травми голодомору. *Психологічні перспективи*. 2011. Спецвип. «Психологічні виміри українського соціокультурного простору». Луцьк : Волинський національний університет ім. Лесі Українки, 2011. С.3–12.
236. Наказ Національного агентства з питань державної служби «Про затвердження переліку завдань для перевірки компетентносте» (від 26 липня 2001 року № 185-18). URL: <https://nads.gov.ua/sites/default/files/imce/185-18-1.pdf> (дата звернення: 05.09.2018)
237. Наказ Національного агентства з питань державної служби «Про затвердження Порядку визначення спеціальних вимог до осіб, які претендують на зайняття посад державної служби категорій «Б» і «В»» (від 04/06/2016 р. № 72). URL: [http://www.reestrnpa.gov.ua/REESTR/RNAweb.nsf/wpage/doc_warn_p?OpenDocument&ID=re28777\\$2018_03_16](http://www.reestrnpa.gov.ua/REESTR/RNAweb.nsf/wpage/doc_warn_p?OpenDocument&ID=re28777$2018_03_16) (дата звернення: 05.09.2018)
238. Насырова Н. Х. Проектирование подготовки студентов гуманитарных факультетов классического университета по информатике: Автореферат дис. на соискание ученой степени к.п.н. Казань, 2000. 17 с.
239. Нечасв В. Я. Параметры глобализации и факторы Болонского процесса. *Вестник Московского университета*. 2004. № 4. С. 27–34.
240. Ним Е. Г. Современные массмедиа: создание гиперреальности. *Средства массовой информации в современном мире: Материалы межвузовской научно-практической конференции* / [под ред. В. И. Конькова]. Санкт-Петербург : Изд-во С.-Петербургского ун-та, 2002. С. 210–211.
241. Носов Н. А. Виртуальная психология. Москва : «Аграф», 2000. 432 с.

242. Ольшанский Д. В. Психология масс. Санкт-Петербург : Питер, 2001. 368 с. (Серия «Мастера психологии»).
243. Орбан-Лембрик Л. Особливості формування громадської думки. *Соціальна психологія*. 2004. № 2 (4). С. 77–89
244. Орбан-Лембрик Л. Е. До питання про предмет, структуру та основні категорії соціальної психології. *Актуальні проблеми психології*. Т. 1: Соціальна психологія. Психологія управління. Організаційна психологія. Київ : Інститут психології ім. Г. С. Костюка АПН України, 2002. Ч. 5. С. 110–115.
245. Ортега-и-Гассет Х. Избранные труды: перев. с исп. / сост., предисл. и общ. ред. А. М. Руткевича. Москва : Весь Мир, 1997. 704 с.
246. Пашков А. П. Інформаційна безпека як складова національної безпеки. *Безпека життєдіяльності*. 2014. № 11. С. 34–37.
247. Бердников К. В., Кравцова А. Р., Петренко В. Ф., Осипова В. С. Митина О. В. Психосемантический анализ этнических стереотипов: лики толерантности и нетерпимости. Москва : Смысл, 2000. 73 с.
248. Петренко Д. И., Штайн К. Э. Лингвистическая палеонтология культуры: Языкознание. Кавказоведение. Ростов-на-Дону : «Полиграф-Сервис», 2017. 462 с.
249. Пиаже Ж. Речь и мышление ребенка / сост., новая ред. пер. с фр., коммент. А. Лукова. Москва : Педагогика-Пресс, 1994. 526 с. (Психология: классические труды)
250. Пилипчук В. Глобальні виклики й загрози національній безпеці в інформаційній сфері. *Вісник Національної академії правових наук України*. 2014. № 3. С. 43–52.
251. Пирс Ч. С. Элементы логики. *Grammatika speculative. Семиотика*. Москва «Радуга», 1983. С. 151–210.
252. Плохих В. В. Временная дифференциация субъектом ретроспективы корректурных действий. *Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология*. 2018. № 1. С. 121–129.
253. Поддьяков А. Н. Исследовательское поведение: стратегии познания, помощь, противодействие, конфликт / 2-е изд., испр. и доп. Москва : PER SE, 2006. 240 с.
254. Полани М. Личностное знание. На пути к посткритической философии. Москва : Прогресс, 1985. 345 с.
255. Полторак В. А. Политический маркетинг : учебное пособие. Днепропетровск : ДАУБП, 2001. 96 с.
256. Поппер К. Відкрите суспільство та його вороги. Т. II. Спалах пророцтва: Гегель, Маркс та послідовники / [пер. з англ. О. Буценко]. Київ : «Основи», 1994. 494 с.

257. Поппер К. Р. Логика и рост научного знания: Избранные работы / [пер. с англ.]. Москва : Прогресс, 1983. 605 с.
258. Поршнев Б. Ф. Принципы социально-этнической психологии. Москва : Наука, 1964. 12 с.
259. Поршнев Б. Ф. Социальная психология и история. Москва : Наука, 1979. 232 с.
260. Поршнев Б. Ф. О начале человеческой истории. Москва : «Мысль», 1974. 486 с.
261. Потебня А. А. Мысль и язык. Киев : СИНТО, 1993. 192 с.
262. Почепцов Г. Имидж: от фараонов до президентов. Строительство воображаемых миров в мифе, сказке, анекдоте, рекламе, пропаганде и паблик рилейшинз. Киев : АДЕФ-Украина, 1997. 328 с.
263. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии XX века. Москва : Рефл-бук, Киев : Ваклер, 2001. 352 с.
264. Почепцов Г. Г. Контроль над разумом. Київ : Видавничий дім «Києво-могилянська академія», 2010. 350 с.
265. Почепцов Г. Г. Семиотика. Москва : Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2002. 431 с.
266. Психология и культура / [под. ред. Д. Мацумото]. Санкт-Петербург : Питер, 2003. 718 с.
267. Психологічні закономірності творчого сприймання інформаційних індикаторів реальності: монографія / В. О. Моляко, І. М. Біла, Н. А. Ваганова [та ін.] ; за ред. В. О. Моляко. Київ : Педагогічна думка, 2015. 145 с.
268. Пузько В. И. Кризисы идентичности личности в условиях глобализации. *Философия и общество*. 2007. № 4. С. 98–113.
269. Пунченко О. П. Цивилизационное измерение истории человечества: монография. Одесса : Астпропринт, 2013. 448 с.
270. Равен Дж. Компетентность в современном обществе: выявление, развитие и реализация / [пер. с англ.]. Москва : «Когито-Центр», 2002. 396 с.
271. Равен Дж. Педагогическое тестирование: проблемы, заблуждения, перспективы / пер. с англ., изд. 2-е, испр. Москва : «Когито-Центр», 2001. 142 с.
272. Рамський Ю. С. Формування інформаційної культури особи – пріоритетне завдання сучасної освітньої діяльності. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова*. Серія № 2. Комп'ютерно-орієнтовані системи навчання: Збірник наукових праць. Київ : НПУ імені М. П. Драгоманова. 2004. № 1 (8). С. 19–42.

273. Романишина О. Я. Формування інформаційної культури студентів технічних коледжів: результати дослідження. *Науковий вісник Чернівецького національного університету ім. Ю. Федьковича*. Серія: Педагогіка і психологія. Чернівці : Рута, 2006. Вип. 308. С. 126–132.
274. Романова Е. С. 99 популярных профессий. Психологический анализ и профессиограммы / 2-е изд. Санкт-Петербург : Питер, 2008. 464 с.
275. Роменець В. А. Психологія творчості : Навч. посібник / 2-ге видання, доповнене. Київ : Либідь, 2001. 288 с.
276. Рибалка В. В. Психологічні передумови розвитку громадянського суспільства і особистості громадянина. *Психологія і особистість*. 2017. № 2 (12). С. 50-61.
277. Рибалка. В.В. Методологічні проблеми наукової психології та їх розв'язання на основі використання категорій особистості, психологічної діяльності, духовності, соціальності. *Теоретичні дослідження у психології*. Том V. 2018. С. 124-176
278. Рибалка В. В. Методологічні засади теоретичної та практичної психології: особистість, психологічна діяльність, духовність. *Психологія і особистість*. 2018. №1 (13). С. 9-19
279. Руткевич А. М. Социальная философия Мадридской школы. Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1981. 176 с.
280. Свінціцька О. І. Образ людини з особливими потребами в репрезентаціях житомирських інформаційно-новинних порталів: світоглядно-ціннісне та естетичне моделювання. *Наукові записки*. 2015. № 2 (51). С. 320–330.
281. Свіглична В. Ю. Інформаційна безпека: сутність та порядок реалізації. *Молодий вчений*. 2014. № 11(14). С. 97–100.
282. Селье Г. Стрес без дистреса. Москва : «Прогрес», 1982. 68 с.
283. Семенов А. Л. Роль информационных технологий в общем среднем образовании. Москва : Изд-во МИПКО, 2000. 126 с.
284. Семенов А. Л. Роль информационных технологий в общем среднем образовании. *Информатика и образование*. 2001. № 2. С. 2–6.
285. Семенюк Э. П. Информатизация общества, культура, личность. *Научно-техническая информация*. Серия 1. 1993. № 1. С.1–3.
286. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии / [пер. с англ.; под ред. А. Е. Кибрика]. Москва : Наука, 1993. 656 с.
287. Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы / пер. с англ. Москва : Нац. ин-т прессы «Вагриус», 1998. 224 с.
288. Сіденко В. Р. Нові глобальні виклики та їх вплив на формування суспільних цінностей. *Український соціум*. 2014. № 1 (48). С. 7–21.

289. Слободчиков В. И. Христианская психология в системе психологического знания. *Консультативная психология и психотерапия*, 2007. №3. С. 23–31.
290. Смутьсон М. Л. Интеллект і ментальні моделі світу. *Наукові записки. Серія «Психологія і педагогіка»*. Тематичний випуск «Сучасні дослідження когнітивної психології». Острог : Вид-во Національного університету «Острог», 2009. Вип.12. С. 38–49.
291. Смутьсон М. Л. Інтелектуальний саморозвиток у віртуальному освітньому середовищі: зміна парадигми. *Актуальні проблеми психології*: Психологічна теорія і технологія навчання. Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2009. Т.8, Вип. 6. С. 250–259.
292. Смутьсон М. Л. Психологія розвитку інтелекту. Київ : Нора-друк, 2003. 298 с.
293. Снянский Д. Картина мира как моделирующая система культуры / Д. Снянский. URL: http://elib.org.ua/philosophy/ua_show_archives.php?archive=0217&id=1109013431&start_from=&subaction=showfull&ucat (дата обращения: 10.03.2017)
294. Солдатова Г. В. Психология межэтнической напряженности. Москва : Смысл, 1998. 389 с.
295. Солдатова Г. В. Этническая идентичность и этнополитическая мобилизация. *Демократизация и обазы национализма в Российской Федерации 90-х. гг.* / под ред. Дробижевой Л. М. и др. Москва : Мысль, 1996. С. 296–367.
296. Сорокін П. А. Система социологии. Москва : Астрель, 2008. 1003 с.
297. Сосюр Ф. Курс загальної лінгвістики. Київ: «Основи», 1998. 324 с.
298. Социально-экономические проблемы информационного общества / [под ред. д.э.н., проф. Л. Г. Мельника]. Сумы: ИТД «Университетская книга», 2005. 430 с.
299. Спірін О. М. Теоретичні та методичні засади професійної підготовки майбутніх учителів інформатики за кредитно-модульною системою : монографія / за наук. ред. акад. М. І. Жалдака. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2007. 300 с.
300. Стефаненко Т. Г. Этнопсихология. Москва : ИП РАН, Академический Проект; Екатеринбург : Деловая книга, 2000. 320 с.
301. Стиль человека. Психологический анализ / [под. ред. А. В. Либина]. Москва : Смысл, 1998. 310 с.
302. Столяревская А. Л. Средства и методы формирования информационной культуры студентов. *Сборник научных трудов международной научно-практической конференции «Информационные технологии: наука, тех-ника, технология, образование, здоровье»*. Харьков : ХГПУ, 1996. С. 110–111.

303. Стратегії творчої діяльності: школа В. О. Моляко / [за заг. ред. В. О. Моляко]. Київ : Освіта України, 2008. 702 с.
304. Суханов А. П. Информация и прогресс. Новосибирск: Наука, 1998. 192 с.
305. Талапина Э. Публичные функции в экономике. Право и экономика. 2002. № 6. С. 3–9.
306. Талер Р. Nudge: Архитектура выбора. Как улучшить наши решения о здоровье, благосостоянии и счастье. Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2017. 240 с.
307. Талер Р. Новая поведенческая экономика. Почему люди нарушают правила традиционной экономики и как на этом заработать. Москва : Эксмо, 2017. 368 с.
308. Тализіна Н. Ф. Управління процесом засвоєння знань. Москва : МДУ, 1975. 343 с.
309. Тард Г. Мнение и толпа. *Психология толпы*. Москва, 1999. С. 257–408.
310. Тард Г. Социальные этюды. Санкт-Петербург, 1902. С. VI–XI.
311. Творча діяльність в ускладнених умовах / В. О. Моляко, А. Б. Коваленко, Л. А. Мойсеєнко, В. А. Семиченко, Т. М. Третьак та ін. / [за загальною редакцією В. О. Моляко]. Київ : Ін-т психології ім. Г. С. Костюка АПН України, 2007. 308 с.
312. Терборн Г. Принадлежность к культуре, местоположение в структуре и человеческое действие: объяснение в социологии и социальной науке. *Теория общества*. Сборник / [пер. с нем., англ.]. Москва : «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 1999. 416 с.
313. Терещенко Л. К. Услуги: государственные, публичные, социальные. *Журнал российского права*. 2004. № 10. С. 15–23.
314. Терно С. Світ критичного мислення: образ та мімікрія. *Історія в сучасній школі*. 2012. № 7–8. С. 27–39.
315. Титаренко Т. М. Життєвий світ особистості: у межах і за межами буденності. Київ : Либідь, 2003. 376 с.
316. Титаренко Т. М. Розуміння та інтерпретація особистого досвіду. *Проблеми психологічної герменевтики* : монографія / [за ред. Н. В. Чепелевої]. Київ : Міленіум, 2004. 276 с.
317. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю : навчальний посібник. Київ : НМЦВО, 2001. 560 с.
318. Тихомирова Т. Н. Интеллект и креативность в условиях социальной среды. Москва : Изд-во «Институт психологии РАН», 2010. 230 с.
319. Тихонова Т. В. Формування у старшокласників інформаційно-технологічної компетентності під час навчання інформатики.

- Інформатика та інформаційні технології в навчальних закладах.* 2006. № 2. С. 6–13.
320. Тоффлер Э. Третья волна. Москва : ООО «Фирма «Издательство АСТ», 2004. 783 с.
321. Тоффлер Э. Шок будущего / [пер. с англ.]. Москва : «Издательство АСТ», 2002. 557 с.
322. Тришина С. В. Информационная компетентность как педагогическая категория. *Интернет-журнал «Эйдос»*. 2005. URL: <http://www.eidos.ru/iournal/2005/0910-II.htm>. (дата обращения: 13.02.2016)
323. Тягло А. В. Критическое мышление: проблема мирового образования XXI века. *Постметодика*. 2001. № 3 (35). С. 19–26.
324. Тягло О. В. Критичне мислення : навчальний посібник. Харків : Вид. група «Основа»: «Триада +», 2008. 192 с.
325. Уайт Л. Концепция эволюции в культурной антропологии. *Антология исследований культуры*. Т. 1: Интерпретации культуры. Санкт-Петербург : Университетская книга, 1997. С. 540.
326. Уайт Л. Три типа интерпретации культур. *Антология исследований культуры*. Т. 1: Интерпретации культуры. Санкт-Петербург : Университетская книга, 1997. С. 561.
327. Уваров Ф. Ю. Новые информационные технологии и реформа образования. *Информатика и образование*. 1994. № 3. С. 3–14.
328. Удод О. Сучасні українські підручники з історії в оцінці польських та німецьких істориків. *Проблеми історії України: факти, судження, пошуки*. Київ : Інститут історії України НАН України, 2003. № 9. С. 427–435.
329. Українське покоління Z: цінності та орієнтири. Результати загальнонаціонального опитування (Фонд ім. Фрідріха Еберта, 2017). URL: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/ukraine/13874.pdf> (дата звернення: 20.02.2018)
330. Уорф Б. Отношение норм поведения и мышления к языку. Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 1. Москва : Иностранная литература, 1960. С. 145–178.
331. Ухтомский А. А. Доминанта. Санкт-Петербург : Питер, 2002. 448 с.
332. Федоров А. В. Массовое медиаобразование в СССР и России: основные этапы / [под ред. А. В. Федорова]. Москва : МОО «Информация для всех», 2014. 267 с.
333. Григорова Д. Е., Левицкая А. А., Мурюкина Е. В., Федоров А. В., Чельшева И. В. Медиаобразование в странах Восточной Европы. Москва : МОО «Информация для всех», 2014. 140 с.

334. Федоров А. В. Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов : ЦВВР, 2001. 708 с.
335. Федотова Л. Н. Социология массовой коммуникации : учебник для вузов. Санкт-Петербург : Питер, 2004. 397 с.
336. Фельдштейн Д. И. Глубинные изменения современного детства и обусловленная ими актуализация психолого-педагогических проблем развития образования. *Вестник практической психологии образования*. 2011. № 4. С. 3–12.
337. Филиппченко Ю. А. Эволюционная идея в биологии. Исторический обзор эволюционных учений XIX века / 3-е изд. Москва : Наука, 1977. 227 с.
338. Форми та методи залучення громадськості : навч. посіб. / [за заг. ред. В. Артеменка]. Київ : ІКЦ «Леста», 2007. 240 с.
339. Фрейд З. Тотем и табу. Санкт-Петербург : Азбука-классика, 2005. 256 с.
340. Фрейре П. Формування критичної свідомості. Київ : Юніверс, 2003. 168 с.
341. Фридланд А. Я. Информатика и ее сущность (место информатики в современном мире). *Информатика и образование*. 2008. № 4. С. 76–88.
342. Фромм Э. Человек для себя. Исследование психологических проблем этики / [пер. с англ. и послесл. Л. А. Чернышевой]. Минск : Коллегиум, 1992. 253 с.
343. Хайдеггер М. Время картины мира. *Время и бытие: статьи и выступления* / [пер. с нем. ; комм. В. В. Бибихина]. Москва, Республика 1993. С. 41–63
344. Хайдеггер М. Язык. Санкт-Петербург : Эйдос, 1991. 22 с.
345. Хайдеггера М. Время и бытие: Статьи и выступления / [сост., пер. с нем. и комм. В. В. Бибихина]. Москва : Республика, 1993. 447 с.
346. Хакен Г. Синергетика. Москва : Мир, 1980. 404 с.
347. Халперн Д. Психология критического мышления. Санкт-Петербург : Питер, 2000. 512 с.
348. Хальбвакс М. Социальные рамки памяти / [пер. с фр. и вступительная статья С. Н. Зенкина]. Москва : Новое издательство, 2007. 348 с.
349. Хемпдън-Търнър Ч., Тромпенаарс А. Седемте култури на капитализма : ценностни системи за забогатяване в САЩ, Япония, Германия, Франция, Великобритания, Швеция, Холандия. Варна, ИК «ТедИна», 1995. 376 с.

350. Хільчевська І. Г. Інформаційна глобалізація: сучасні тенденції та перспективи. *Геополітика и екогеодинамика регіонів*. 2014. Т. 10, вип. 2. URL: <http://geopolitika.crimea.edu/arhiv/2014/tom10-v-2/050xilch.pdf>. (дата звернення: 24.10.2017)
351. Хміляр О. Ф. Регуляція поведінки особистості символом: теоретико-методологічний аспект. *Психологічний часопис* : науково-практичний журнал Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. № 1 (5). 2017. С. 76-87.
352. Хміляр О. Ф. Критичне та позитивне мислення офіцера. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Психологія» : збірник наукових праць. Острог : Вид-во НаУОА, 2018. № 7. С. 72-76.
353. Церковний А. А. Аспекти формування Інтернет-залежності. *Соціальна психологія*. 2004. № 5 (7). С. 149–154.
354. Чайковский Ю. В. Эволюция. Москва : Центр системных исследований. 2003. 472 с.
355. Чалдини Р. Психология влияния. Санкт-Петербург : Питер, 2000. 272 с.
356. Человек и общество: ноосферное развитие : монография / О. С. Анисимов, Г. В. Атаманчук, В. К. Батулин и др.; под ред.: В. Н. Василенко и др.]. Москва ; Белгород : Белгор. обл. типогр., 2011. 485 с.
357. Чернов А. А. Становление глобального информационного общества: проблемы и перспективы. Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2003. 232 с.
358. Черноиваненко В. Д. Конструирование картины мира личности: к проблеме эмпирического исследования феномена. *Вісник Харківського національного університету*. 2013. № 10 (65). Серія «Психологія». С.55–60.
359. Чистяков А. В. Социализация личности в обществе Интернет коммуникаций: социокультурный анализ : диссертация доктора социологических наук : 22.00.06 / Рост. гос. пед. ун т. Ростов на Дону, 2006. 278 с.
360. Шабунова А. О. Вплив медіаосвіти на формування особистості в умовах інформаційного суспільства. *Вісник НТУУ «КПІ». Філософія. Психологія. Педагогіка* : збірник наукових праць. 2009. № 2 (26). С. 153-157.
361. Шарден П. Т. Феномен человека. Москва : «Наука», 1987. 240 с.
362. Шафоростов А. И. Самоидентификация личности : монография. Иркутск : Изд-во ИрГТУ, 2004. 186 с.

363. Шахмартова О. М. Психологические аспекты общения в социальных сетях виртуальной реальности. *Известия ПГПУ им. В. Г. Белинского*. 2011. № 24. С. 1002–1008.
364. Еколого-психологічні чинники сучасного способу життя : колективна монографія / Ю. М. Швалб, О. Л. Вернік, О. М. Гарнець, М. М. Заброцький, О. С. Килимник / [за заг. ред. Ю. М. Швалба]. Київ : Педагогічна думка, 2007. 276 с.
365. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса : монография. Волгоград : Перемена, 2000. 368 с.
366. Шеманов А. Ю. Самоидентификация человека и культура: монография. Москва : Академический проект, 2007. 479 с.
367. Шибутани Т. Социальная психология. Ростов-на-Дону : Феникс, 2002. 544 с. (Высшее образование)
368. Шкіцька І. Ю. Маніпулятивні стратегії позитиву в українській мові. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філологічних наук: 10.02.01 / Тернопільський національний економічний університет, Тернопіль, 2012. 484 с.
369. Шкловский И. С. Вселенная, жизнь, разум / под ред. Н. С. Кардашева и В. И. Мороза ; 6-е изд., доп. Москва : Наука. Гл. ред. физ.-мат. лит., 1987. 320 с.
370. Шкуратова И. П. Когнитивные стили как регуляторы мировосприятия личности. *Первая российская конференция по когнитивной науке*. Тезисы докладов. Казань : КГУ, 2004. С. 256–257.
371. Шпенглер О. Закат Европы. Москва : «Мысль», 1998. 667 с.
372. Щолок О. Б. Феномен самоосвіти в інформаційному суспільстві. *Комп'ютерно-орієнтовані системи навчання: збірник наук. праць*. Київ : НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2005. Випуск 3 (10). С. 318–323.
373. Элиаде М. Аспекты мифа. Москва : Академический проект, 2001. 240 с.
374. Эриксон Э. Идентичность : юность и кризис / пер. с англ. ; общ. ред. и предисл. А. В. Толстых. Москва : Флинта : МПСИ, 2006. 352 с.
375. Юрьева Л. Н. Комп'ютерна залежність: формування, діагностика, корекція і профілактика: монографія. Днепропетровск : Пороги, 2006. 196 с.
376. Ядов В. А. Социальные и социально-психологические механизмы формирования социальной идентичности личности. *Психология самосознания*. Самара, 2000. С. 589–602.
377. Ядов В. А. Становление личности: общественное и индивидуальное. *Социальные исследования*. 1985. № 3–4. С. 3–24.

378. Ядов В. А. Социальные и социально-психологические механизмы формирования социальной идентичности личности. *Мир России*. 1995. № 3–4. С. 158–181.
379. Януш О. Десять навичок, що врятовують кар'єру в 2020-му. URL: <https://studway.com.ua/10-navichok/> (дата звернення: 01.04.2019)
380. Яременко С. Н. Смыслы и стили жизни как маркеры идентичности человека : монография. Ростов на Дону : Издательский центр ДГТУ, 2008. 168 с.
381. Ясперс К. Призрак толпы. Москва : Алгоритм, 2008. 272 с.
382. Ясперс К. Психологія світоглядів / з нім. пер. О. Кислюк, Р. Осадчук. Київ : Юніверс, 2009. 464 с.
383. Ясперс К. Смысл и назначение истории / пер. с нем. ; 2-е изд. Москва : Республика, 1994. 527 с.
384. Ясперс К. Философия. Книга вторая. Просветление экзистенции. Москва : «Канон+» ; РООИ «Реабилитация», 2012. 448 с.
385. Argyle M. Social Situations. Cambridge univ. press, 1981. P. 14–26.
386. Aronson M. The public relations writer's handbook : the digital age / 2nd ed. San-Francisco : Jossey-Bass, 2007. 350 p.
387. Bagdekian B. The Media Monopoly. Boston : Random House, 1983. 412 p.
388. Barbara J. W. Media and Children's Aggression, Fear, and Altruism. *The Future of Children*. Vol. 18. № 1. Children and Electronic Media (Spring, 2008). P. 87–118
389. Bellamy E. Looking backward. Boston : Houghton, Mifflin and Company, 1888. 482 p.
390. Börsch-Supan A., Litwin H., Myck M., Weber G. Ageing in Europe – Supporting Policies for an Inclusive Society. Berlin/Boston : Walter de Gruyter GmbH & Co KG. 392 p.
391. Bourne R. The State, 1919. URL: <http://fair-use.org/randolph-bourne/the-state> (Last accessed: 12.08.2016).
392. Dunning D. Unskilled and Unaware of It: How Difficulties in Recognizing One's Own Incompetence Lead to Inflated Self-Assessments. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1999. № 77 (6). Pp. 1121–1234.
393. Ericson E. H. Identify development from adolescence to adult-hood: An extension of theory and a review. *Development Physiology*. 1982. V. 18. № 3. P. 341–358.
394. Facebook – одна из главных рекламных площадок для видео в Украине (26 лютого 2018 р.). URL: <http://www.gemius.com.ua/reklamodатели-novosti/facebook-odna-iz->

- glavnyx-reklamnyx-ploschadok-dlja-video-v-ukraine.html (дата
обращення: 13.01.2020).
395. Freire P. The Banking Concept of Education. *The Hidden Curriculum and Moral Education. Deception of Discovery*. Н. : Giroux and D. Purpel (eds). – McCutchan Publishing Corporation. 1983. P. 283–291.
 396. Freire P. To the Coordinator of a Culture Circle. *Convergence*. 1971. Vol. 4 (1). P. 61–62.
 397. Goffman E. Interaction Ritual: Essays on Face-to-Face Behavior. New York, 1967. 270 p.
 398. Goncharov V. N. The public information: kinds and properties. *European Journal of Natural History*. 2011. № 4. P. 32–33.
 399. Goncharov V. N. The social information in the social communication system. *European Journal of Natural History*. 2010. № 3. P. 82–84.
 400. Goodman S. E. Cyberspace as a medium for terrorist. *Technological Forecasting & Social Change*. 2007. № 74. P. 193–210.
 401. Gregory C. Internet Addictive Disorder. URL: <http://www.psycom.net/iadcriteria.html> (Last accessed: 04.12.2016).
 402. Griffiths M. Psychology of computer use: some comments on «addictive use of the internet» by Young. *Psychological reports*, 1997. Vol. 80. Pp. 181–182.
 403. Hassan I. Pluralism in Postmodern Perspective. *Exploring Postmodernism /* [ed. By M. Calinescu and D. Fokkena]. Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 1987. P.17–39.
 404. Hoover E. The Millennial Muddle: How stereotyping students became a thriving industry and a bundle of contradictions. *The Chronicle of Higher Education*. 2009. Retrieved 9 (March 2018). URL: <https://www.chronicle.com/article/The-Millennial-Muddle-How/48772> (Last accessed: 01.11.2020).
 405. Jenkins B. M. Terrorism and beyond: a 21 st century perspective. *Studies in Conflict and Terrorism*. 2001. № 24. P. 321–327.
 406. Kelly G. A. Theory of Personality. The Psychology of Personal Constructs. N. Y. : Norton, 1963. 189 p.
 407. Kurtz P. Science, critical thinking, and the new skepticism. Santa Rosa, CA, 1999. 321 p.
 408. Berclson B, Gaudct H., Lazarsfeld P. The People’s Choice. How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign. N. Y. : Columbia University Press, 1944. 384 p.
 409. Lipman M. Critical thinking: What can it be? *Institute of Critical Thinking. Resource Publication*, 1988. Series 1. № 1. 12 p.

410. Machlap F. The Production and Distribution of Knowledge in the United States. Princeton : Princeton Univ. Press, 1962. 389 p.
411. Masterman L. A. Rational for Media Education. *Media Literacy in the Information Age*. New Brunswick & London: Transaction Publishers, 1997. P. 15–68.
412. Masterman L. A. Teaching the Media. London : Comedia Press, 1988. 341 p.
413. McLuhan M. Understanding Media: The Extensions of Man. London : Routledge, 1994. 359 p.
414. McLuhan M., Fiore Q. The Medium Is the Massage: An Inventory of Effects. London : Routledge and Kegan Paul, 1967. 491 p.
415. Mead G. H. Mind, Self, and Society. The University of Chicago Press., 1934. 175 p.
416. Mittler P. Working towards inclusive education: Social contexts. Routledge, 2012. 222 p.
417. Osgood C. E. The nature and measurement of meaning. *Psychological Bulletin*. 1952. № 49. P.197–237.
418. Pettit J., Salazar J. and Gumucio A. Dagron Media and Communication. *Development in Practice*. 2009. Vol. 19. №. 4/5. P. 443–452.
419. Powell J. A. Racing to justice: Transforming our conceptions of self and other to build an inclusive society. Indiana University Press, 2012. 301 p.
420. Redfield R. The primitive world view. *Proceedings of the American Philosophical Society*. 1952. Vol. 96. №1. P. 30–37
421. Richardson R., Wood A. Inclusive Schools, Inclusive Society: race and identity on the agenda. London : Trentham book, 1999. 87 p.
422. Salazar J. M. Social identity and national identity. *Social identity: international perspectives*. SAGE Publications Inc. 1998. P. 114–124.
423. Sekret I., Feiner F. The Vision of the Inclusive Society–Is it Possible to Realise. Jugend in ihrer Vielfalt–ihre Werte, ihre Perspektiven. Ergebnisse einer Studie der KPH Graz zu Erlebens-und Befindenswelten Jugendlicher, Graz, 2013. P. 177–183.
424. Shotton M. A. Computer Addiction? A study of computer dependency. *Affective Disorders*. 1998. № 5. Pp. 56–59.
425. Strauss W., Howe N. Generations: the history of America's future, 1584 to 2069. Harper Perennial, 1991. 538 p.
426. Tajfel H. Individuals and groups in social psychology. *British Journal of Social and Clinical Psychology*. 1979. P. 183–190.
427. Teaching Generation Z at the University of Hawai'i. *President's Emerging Leaders Program (PELP)*. 2015-2016. 24 p. Retrieved 9 March

- 2018 from : https://www.hawaii.edu/ovppp/Leaders/files/2015-2016-Projects/PELP_GenZ_PaperV.6.0-5.4.16.pdf (Last accessed: 20.10.2017).
428. Tilly C. Do Community Acts? *Sociological Inquiry*. 1973. № 43. P. 209–240.
429. Tomas G. Inclusive schools for an inclusive society. *British Journal of Special. Education*. 1997. Volume (24). № 3. P. 103–107.
430. Uasuda Y. The Information Society as Post-Industrial Society. New York : Harper, 1983. 392 p.
431. Wong P. T. Effective management of life stress: The resource-congruence model. *Stress medicine*, 1993. Vol. 9. P. 51–60.
432. Young K. S. What makes the Internet Addictive: potential explanations for pathological Internet use. *CyberPsychology and Behavior*. 1999. № 1. P. 57–60.
433. Young K. S. Caught in the Net. How to Recognize the signs of Internet Addiction – And a Winning strategy for Recovery. New York : John Wiley and Sons, Inc., 1998. 55 p.
434. Young K. S., Rodgers R. C. The relationship between depression and Internet addiction. *CyberPsychology & Behavior*. 1998. Vol. 1. № 1. P. 56–60.

Наукове видання

КИРИЧЕНКО Віктор Васильович

**ОСОБИСТІСТЬ У СУЧАСНОМУ
ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ**

Монографія

Підписано до друку 31.01.2020. Формат 60X90/60. Папір офсетний
Гарнітура Times New Roman. Друк різнографічний.

Ум. друк. арк. 15,75. Обл. вид. арк. 15,1. Наклад 300. Зам. 19

Видавництво Житомирського державного університету імені Івана Франка
м. Житомир, вул. Велика Бердичівська 40

Свідомство про державну реєстрацію
серія ЖТ №10 від 07.12.04

електронна пошта (e-mail): zu@zu.edu.ua